ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE

ADCOM

DECEMBER 2017 Vol. 3 Issue 35 മലയാളത്തിലെ ആദ്യത്തെ അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് & മാർക്കറ്റിംഗ് മാസിക Price: ₹ 50/-

INSIDE OUTSIDE
AD WORLD



മായാത്ത പരസ്യങ്ങൾ

കുറുവാദ്വീപ്
വയനാടിന്റെ ദൃശ്യവിസ്മയം
Travelogue

മാറാനൊരു മനസ്സ്
മാറ്റാനൊരുലോകം
Motivation

അസൂയയുടെ ചെകുത്താൻ

ക്രിസ്തുമസ്
ചരിത്രം ഉണരുന്ന രാവുകൾ

In focus from Out of Focus
Joseph Nellickal
Interview

5 ലിറ്റിൽ സ്റ്റാർസ്

• MODELING • STUDENTS' CORNER • SOFTWARE • HEALTH • BEAUTY TIPS

മാധ്യമം madhyamam kudumbam December 2017 ₹25

കുടുംബം

ഫാമിലി മാൻ സ്റ്റീഫൻ ദേവസ്സി

പഠനം ബ്രേക്കായ സ്ത്രീകൾക്ക് തിരിച്ചുവരാം

വടിയെടുക്കാതെ നല്ല കുട്ടിയാക്കാം

ആധുനിക മലയാളി കുടുംബത്തിലെ ഓരോ അംഗത്തിനും അനിവാര്യമായ അറിവുകളും ലൈഫ്സ്റ്റൈൽ ഗൈഡും അടങ്ങിയ ഒരു സമ്പൂർണ ഫാമിലി പാക്ക് വായന.

കുടുംബം ...കൂടെയുണ്ട്



വായിക്കുവാൻ, വരിക്കാരാകുവാൻ സന്ദർശിക്കുക: www.madhyamam.com/mdmshop

മാധ്യമം

കുടുംബം

...കൂടെയുണ്ട്

ഉള്ളടക്കം

Cover: Jelina P.
Photographer: Rahul Rajan

Vol. 3 | Issue 35 | December 2017











Images Courtesy: Google

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE ADCOM
Advertising is Communication. Marketing is destination
The First Advertising & Marketing Magazine in Malayalam

Marketing Offices:
Effective Publications
Mughal Palace Bldg, Collectorate P.O.
Kottayam - 2 , Kerala, India.
Ph: 08593 998705, 093881 53029
e-mail: effectiveadcom@gmail.com

Regd. Office:
Mulamoottil Bldg., Cathedral Road
Manorama (S), Kottayam - 1, Kerala, India

dailyhunt
effectiveadcom/posts 09846057461
/effective.adcom /effective-adcom
www.effectiveadcom.com

EDITORIAL

മാറാനൊരു മനസ്സു വേണം

മാറ്റം മാത്രമാണ് മാറ്റമില്ലാത്തതെന്ന് ഫിലോസഫി. സർവവും മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ജീവിതചര്യകളും പ്രകൃതിയും എല്ലാം മാറ്റത്തിന് വിധേയമാണ്. എന്നാൽ ചിലരുടെ മനസ്സുമാത്രം മാറ്റങ്ങളെ ഉൾക്കൊള്ളാൻ തയാറാകാതെ വരുന്നു. അവരുടെ ഉള്ളിൽ പതിഞ്ഞുപോയ ധാരണകളെ തിരുത്താനാകാതെ മാറ്റങ്ങളുടെ മുൻപിൽ പകച്ചു നിൽക്കുന്നു.

ശുഭാപ്തി വിശ്വാസത്തിലൂന്നി മാറ്റങ്ങളെ ഉൾക്കൊള്ളാനുള്ള പരിശ്രമവും ചിന്തകളും ഏതൊരു ജീവിതവിജയത്തിനും അത്യന്താപേക്ഷിതമാണ്. പ്രത്യേകിച്ചു ബിസിനസ്സിലെ വിജയങ്ങൾക്ക്. ഉപഭോക്താക്കളുടെ അനുദിനം മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന അഭിരുചികളെ തിരിച്ചറിഞ്ഞ് മുന്നേറാനായില്ലെങ്കിൽ എന്തു സംഭവിക്കുമെന്ന് പലരുടേയും അനുഭവങ്ങൾ നമ്മെ പഠിപ്പിക്കുന്നു. ഇത്തരം ചിന്തകളെ പ്രോജ്വലിപ്പിക്കുന്ന ലേഖനങ്ങൾ ഉൾക്കൊള്ളുന്നതാണ് ഈ ലക്കം ആഡ്കോം. പഴമയേയും പൈതൃകത്തേയും പൂർണ്ണമായി നിരാകരിച്ചുകൊണ്ടുള്ള മാറ്റങ്ങളല്ല അഭികാമ്യമെന്ന പാഠം കൂടി ഉൾക്കൊള്ളേണ്ടതുമുണ്ട്. സാങ്കേതിക വിദ്യകളിലെ വളർച്ചയും മാറ്റവും മാത്രമല്ല നമ്മുടെ ചിന്താസരണികളിലുണ്ടാകേണ്ട മാറ്റത്തിനാണ് ഏറ്റവും പ്രധാന്യം നൽകേണ്ടത്. നമുക്ക് അറിയുന്നതിനേക്കാൾ എത്രയോ കൂടുതലാണ് അറിയാത്ത കാര്യങ്ങൾ എന്ന ചിന്ത അല്പം എളിമയെ സ്വായത്തമാക്കുവാനും പ്രയോജനപ്പെട്ടേക്കാം.

സമൂഹത്തെ പഠിക്കുവാനും കാലത്തിനൊത്ത് മാറുവാനും മാറ്റത്തിനൊത്ത് ചിന്തിക്കുവാനും അത്തരം ചിന്തകളെ പ്രായോഗിക തലത്തിലെത്തിച്ച് വിജയം നേടുവാനും എല്ലാവർക്കും കഴിയട്ടെ എന്ന് ആശംസിക്കുന്നു.

ചീഫ് എഡിറ്റർ



In Focus
From Out of Focus

തൊണ്ണൂറുകളുടെ തുടക്കത്തിൽ പെട്ടെന്നൊരു ദിവസം ഭക്ഷണ ലോകത്തെ സോൾട്ട് ആൻഡ് പെപ്പർ ഒക്കെ വിട്ട് തികച്ചും വ്യത്യസ്തമായ കലാസംവിധാന മേഖലയിലേക്ക് ചുവടുമാറി. പെയ്ന്റിങ് കൈമുതലായുള്ളത് ഔട്ട് ഓഫ് ഫോക്കസിൽ നിന്ന് തന്റെ ജീവിതം കൂടുതൽ ഫോക്കസാക്കാൻ ജോസഫ് നെല്ലിക്കലിനു അധിക സമയം വേണ്ടി വന്നില്ല.

ഒരു അവ്യക്തമായ ചിത്രം, ഗ്രാഫിക്സും മാനിപ്പുലേഷനും ഫോട്ടോഗ്രഫിയെ കീഴടക്കും മുമ്പ് ഔട്ട് ഓഫ് ഫോക്കസിൽ ബാക്ക്ഡ്രോപ്സ് പെയ്ന്റ് ചെയ്ത് രാജൻ പോളിന്റെ ഫാഷൻ ഫോട്ടോഗ്രഫിയുടെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ നിറങ്ങളുടെ വിസ്മയം തീർത്ത് തുടക്കം. പരസ്യ ചിത്രങ്ങളിൽ മിനിയേച്ചർ ക്രിയേഷൻസിലൂടെ ആഡ് ഫിലിം രംഗത്ത് തന്റേതായ മുദ്ര പതിപ്പിച്ച കലാകാരൻ. ബ്രഹ്മാണ്ഡ വിജയമായിത്തീർന്ന 'പുലിമുരുകൻ' കണ്ട് കയ്യടിച്ച് തീയേറ്ററിൽ നിന്നിറങ്ങിയ ജനം ഒന്നടങ്കം വിശ്വസിക്കാൻ മടികാണിച്ച മുരുകന്റെ വീടും, പാലവും, വെള്ളച്ചാട്ടവും ക്ലൈമാക്സിൽ മുൾമുനയിലിരുത്തി പേടിപ്പിക്കുന്ന ഗുഹയുമെല്ലാം സൃഷ്ടിച്ച കലാസംവിധായകൻ, ടെലി ഫിലിം, പരസ്യ ചിത്രങ്ങൾ, ചലച്ചിത്രങ്ങൾ എന്നിങ്ങനെ 90ൽ അധികം കലാസൃഷ്ടികൾക്ക് പിന്നിലെ ശിൽപി. എന്നിങ്ങനെ നീളുന്നു ജോസഫ് നെല്ലിക്കലിന്റെ ചലച്ചിത്ര ലോകത്തെ യാത്ര.

പഠിച്ചത് ഹോട്ടൽ മാനേജ്മെന്റ്. പഠനശേഷം താജ് ഹോട്ടലിൽ ജോലിയും നോക്കി. ജീസസ് യൂത്തുമായി ക്രിസ്തുമസിനു ക്രിബും ഈസ്റ്ററിനു കല്ലറയും ഒക്കെ ഉണ്ടാക്കാൻ മുന്നിട്ടു നിന്ന കൊച്ചിക്കാരൻ.

തൊണ്ണൂറുകളുടെ തുടക്കത്തിൽ പെട്ടെന്നൊരു ദിവസം ഭക്ഷണലോകത്തെ സോൾട്ട് ആൻഡ് പെപ്പർ ഒക്കെ വിട്ട് തികച്ചും വ്യത്യസ്തമായ കലാസംവിധാന മേഖലയിലേക്ക് ചുവടുമാറി. പെയ്ന്റിങ് കൈമുതലായുള്ളത് ഔട്ട് ഓഫ് ഫോക്കസിൽ നിന്ന് തന്റെ ജീവിതം കൂടുതൽ ഫോക്കസാക്കാൻ ജോസഫ് നെല്ലിക്കലിനു അധിക സമയം വേണ്ടി വന്നില്ല. സ്റ്റിൽ ഫോട്ടോഗ്രഫിക്ക് സെറ്റൊരുക്കുന്ന കാര്യത്തിൽ ആയിരുന്നു അധികവും താല്പര്യം. ആയിടക്കാണ് (1999 കളുടെ തുടക്കത്തിൽ എന്നു പറയാം) ഹോളിവുഡിൽ നിന്ന് ഒരു ടീം കോട്ടൻ മേരി എന്ന സിനിമ പിടിക്കാൻ കൊച്ചിയിലെത്തിയത്. അവർ ടെക്നീഷ്യൻമാരെ തിരഞ്ഞു നടന്നപ്പോൾ ഒരു സഹായിയായി കൂടി. എല്ലാ സിനിമാക്കാരുടെയും മോഹവും ലക്ഷ്യവുമായ ഹോളിവുഡ് ചിത്രത്തിൽ തന്നെ തന്റെ തുടക്കം കുറിക്കാൻ കഴിഞ്ഞുവെന്നതാണ് ജോസഫ് നെല്ലിക്കലിന്റെ ഭാഗ്യം. മിസ്റ്റിക് മസാജർ എന്ന 2001ലെ ഹോളിവുഡ് നിർമ്മിതിയിലും തന്റെ സാന്നിദ്ധ്യം ജോസഫ് അറിയിച്ചു. അതിനു ശേഷം മുത്തുരാജിന്റെ സഹായിയായി. ഒപ്പം പരസ്യങ്ങളിലും ആൽബങ്ങളിലും സ്വതന്ത്രമായി കലാസംവിധാനം നിർവഹിച്ചു. ആദ്യ സ്വതന്ത്ര ചിത്രം ലാൽ ജോസിന്റെ മീശമാധവനിലൂടെ മലയാള സിനിമയിൽ അരങ്ങേറി. തന്റേതായ രീതിയിൽ വ്യത്യസ്തമായ സെറ്റുകൾ ഒരുക്കിയാണു ജോസഫ് നെല്ലിക്കൽ തുടക്കം മുതൽ ശ്രദ്ധ നേടിയിരുന്നത്. ടി. മുത്തുരാജിന്റെ കൂടെയുള്ള തമിഴ് മലയാളം ചിത്രങ്ങളിലെ പ്രവർത്തന പരിചയം ജോസഫിന്റെ ഉള്ളിലെ കലാകാരനെ തേച്ചുമിനുക്കിയെടുത്തിരുന്നു. മീശമാധവനിലെ പാട്ടു രംഗങ്ങളിൽ ചുള്ളിക്കമ്പുകൾ ഒക്കെ ചേർത്തു തീർത്ത വലിയ കിളിക്കൂടു മുതൽ ഒട്ടനവധി പ്രത്യേകതകൾ ജോസഫ് വെള്ളിത്തിരയ്ക്കായി ഒരുക്കി.

സിനിമയിൽ കലാസംവിധായകരെ പലരും അറിയാറില്ല. അറിഞ്ഞാലും പറയില്ല. സിനിമ കാണുന്ന പ്രേക്ഷകർ മാത്രമല്ല, ചിലപ്പോൾ അഭിനേതാക്കൾക്കും തങ്ങൾ അഭിനയിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത് സെറ്റാണ് എന്നറിയാത്ത അനുഭവങ്ങൾ നിരവധി ഉണ്ടാവാറുണ്ട്. ചിത്രങ്ങൾ അവാർഡിനയക്കുമ്പോഴും സെറ്റെന്ന് തിരിച്ചറിയാത്ത ജൂറിമാർ ഈ കലാകാരന്റെ കഴിവിനെ തഴയുമ്പോൾ ജോസഫ് നെല്ലിക്കലിനു പരിഭവമില്ല. തന്റെ സ്വതസിദ്ധമായ ചിരിയിലൂടെ ജോസഫ് അതിനൊക്കെ മറുപടി പറയും. ലാൽ ജോസ് തൊട്ട്,

വൈശാഖ് വരെ നീളുന്ന ഹിറ്റ് മേക്കേഴ്സിന്റെ ഒപ്പവും ചെറിയ ബജറ്റുമായി എത്തുന്ന ചെറിയ/ തുടക്കക്കാരായ സംവിധായകരെയും ഒരുപോലെ വിശ്വാസത്തിലെടുക്കാൻ കഴിഞ്ഞതിനാലാണ് ഇതുവരെയുള്ള ഈ യാത്രയിൽ താനിവിടെ എത്തി നിൽക്കുന്നതെന്ന തികഞ്ഞ ബോധം ഈ കലാസംവിധായകനുണ്ട്. ഒപ്പം, തന്നെ ഏൽപ്പിച്ച ജോലി വളരെ ഭംഗിയായും 'യാഥാർത്ഥ്യബോധ'ത്തിലും പൂർത്തിയാക്കിക്കൊടുത്ത പാരമ്പര്യവും. സംവിധായകരായ ജോഷിക്കും, അമൽ നീരദിനും, സിദ്ദിഖിനും, റാഫിക്കും എന്താണ് ആവശ്യമെന്നറിയാൻ ജോസഫിന് ഏറെ നേരമൊന്നും ആവശ്യമില്ല.

സിനിമ v/s ആഡ്ഫിലിം

കംഫേർട്ട് സോൺ എപ്പോഴും സിനിമയാണ് പക്ഷേ നമ്മുടെ വർക്കിനെ കൂറേക്കൂടി കാണിക്കുന്നത് ആഡ് ഫിലിമിലാണ്. വളരാൻ സാഹചര്യം ഉള്ളതും ആഡ് ഫിലിമിലാണ്. ഒരു സിനിമ ചെയ്യുന്നതിലും പ്രയത്നം വേണം ഒരു ആഡ് ഫിലിമിൽ അത് ഒരു മിനിറ്റിന്റെ ഒരു പരസ്യമായാൽ കൂടി ആ പൂർണ്ണത ലഭിക്കുന്ന രീതിയിൽ ആവണം എന്നത് നിർബന്ധമാണ്. ഒരു മിനിറ്റിൽ അല്ലെങ്കിൽ 30 സെക്കന്റിൽ കാണിക്കുന്ന ഒരു പ്രൊഡക്ടിനെ സിനിമയിൽ കാണിക്കുമ്പോൾ ഒന്നുമല്ല പക്ഷേ ഇവിടെ അത്ര പെർഫെക്ട് ആയിട്ട് വേണം കൊടുക്കാൻ. സിനിമ ടിക്കറ്റെടുത്തു കാണുമ്പോൾ പരസ്യം വീട്ടിലിരുന്നാൽ കാണാം അതും ഫ്രീ ആയി, അവർ ആ പരസ്യത്തിനായി മുടക്കുന്ന കോടികൾ ഈ പരസ്യങ്ങളിലൂടെ തന്നെ വേണം തിരിച്ച് പിടിക്കാൻ ജനങ്ങൾ ഇത് കണ്ടിട്ട് വേണം പ്രൊഡക്ട് വാങ്ങാൻ. അതിൽ എന്തെങ്കിലും പിഴവ് സംഭവിച്ചാൽ എല്ലാവരേയുമാണ് ബാധിക്കുന്നത്. അതുകൊണ്ട് തന്നെ ഒരു സിനിമ എടുക്കുന്ന അതേ പ്രയത്നം ചിലപ്പോൾ അതിൽ കൂടുതൽ വേണ്ടി വന്നേക്കാം ഒരു ആഡ് ഫിലിമിൽ.

വർക്ക് ചെയ്യണം എന്ന് ആഗ്രഹിച്ച ടീം

മലയാള സിനിമയിൽ എനിക്ക് പ്രവർത്തിക്കാൻ പറ്റാതെ പോയ ഒരു ടീം ആണ് അനന്തഭദ്രം. നല്ല ഒരു സെറ്റ്. ആരും ചെയ്താൽ കൊള്ളാം എന്നാഗ്രഹിച്ചു പോകുന്ന ഒരു സെറ്റാണ് അത്. പഴയകാല ദുരാചാരങ്ങളുടെയും അനുഷ്ഠാനങ്ങളുടേയും പ്രതിഫലനമാണ് ആ സിനിമയിൽ കാണുന്നത്. അത് അത്ര മികവോടുകൂടി പ്രതിഫലിപ്പിക്കാൻ കഴിഞ്ഞത് ആർട്ട് ഡയറക്ടറുടെ മികവുകൊണ്ടു കൂടിയാണ്. യഥാർത്ഥത്തിൽ ഒരു കലാസംവിധായകൻ ഡയറക്ടർക്കൊപ്പം നിന്നുകൊണ്ട് പ്രൊഡ്യൂസർക്ക് വേണ്ടി ജോലി ചെയ്യുന്നവരായിരിക്കണം. അതാണ് ഞാൻ ഫോളോ ചെയ്യുന്നത്.



പുലിമുരുകൻ ടീം

പുലിമുരുകനു വേണ്ടി ചെലവഴിച്ചത് ഒരു വർഷത്തിലധികം നീണ്ട പ്രയത്നം. സാധാരണ രണ്ടോ മൂന്നോ ചിത്രങ്ങളുടെ വർക്ക് ഒരേസമയം ചെയ്യേണ്ടിവരാറുണ്ട്. പുലിമുരുകന്റെ ചർച്ച ആരംഭിച്ചപ്പോഴേ, മുഴുവൻ സമയവും കൂടെ നിൽക്കണമെന്ന ആവശ്യമാണ് വൈശാഖും ഉദയ് കൃഷ്ണയുംആദ്യം ഉന്നയിച്ചത്. അങ്ങനെ നൂറ്റമ്പതിലധികം വർക്കേഴ്സും ഉൾപ്പെട്ട ആർട്ട് ടീം പണി തുടങ്ങി. ഒരു സിനിമയുടെ ചർച്ച ആരംഭിക്കുമ്പോൾ ആദ്യമെത്തുന്നതും ഷൂട്ടിംഗ്

PULIMURUGAN CLIMAX

നടക്കുമ്പോൾ അവസാനം പോകുന്നതും ആർട്ടിന്റെ ടീമായിരിക്കും. കാടും, മൃഗങ്ങളും പ്രാധാന്യത്തോടെ വരുന്ന സിനിമകൾ, ഗ്രാഫിക്സ് വിസ്മയങ്ങൾ തീർത്ത സിനിമകൾ, കടുവയേയും പുലിയേയും കുറിച്ചുള്ള പഠനങ്ങൾ, അവരുടെ രീതികൾ പുലിമുരുകന്റെ പ്രീ പ്രൊഡക്ഷൻ ഓഫീസിൽ പ്രധാന പഠന വസ്തുക്കളായി. പിന്നെ ലൊക്കേഷൻ അന്വേഷിച്ചിട്ടുള്ള യാത്ര വിയറ്റ്നാമിലേക്ക്. അവിടെത്തിയപ്പോഴാണ് സംഗതി അത്രയ്ക്ക് എളുപ്പമല്ലെന്ന യാഥാർത്ഥ്യം മനസ്സിലായത്. ഷൂട്ടിംഗ് ക്രൂവിനെയും കൊണ്ട് അവിടെച്ചെന്ന് ജോലി ചെയ്യിക്കുക അസാധ്യമായിരുന്നു. പിന്നെ തിരികെ വന്ന് കേരളത്തിലെ കാടുകളെ തിരയാൻ തുടങ്ങി. അതൊന്നും തന്നെ നടപ്പില്ലെന്നോർത്ത് ഇരിക്കുമ്പോഴാണ് പൂയംകുട്ടിയെപ്പറ്റി ഓർത്തത്. പണ്ട് 'നരൻ' ഷൂട്ടിംഗിനായി ലൊക്കേഷൻ തിരഞ്ഞ സ്ഥലം. സംവിധായകനും കൂട്ടരും സ്ഥലം ഓകെ പറഞ്ഞപ്പോൾ പുലിമുരുകന്റെ 'വീടിന്റെ പണി' ആരംഭിച്ചു. 300 അടി വീതിയുള്ള പുഴയും വെള്ളച്ചാട്ടവും വീടിനു നല്ല പശ്ചാത്തലമായി. വീടൊരുക്കാൻ പാറക്കെട്ടുകൾ കൃത്രിമമായി നിർമ്മിച്ചു. ഒപ്പം പുഴക്കു കുറുകേ ഒരു നീണ്ട പാലവും. പുലിമുരുകൻ സാധാരണക്കാരനല്ല, അതിനാൽ എന്താകണം കാഴ്ചയിലെ പ്രത്യേകതയെന്ന ആലോചനയാണ് പ്രശസ്തമായിത്തീർന്നതുകൽ ചെരുപ്പിലേക്കെത്തിച്ചത്. ചെരുപ്പിന്റെ ഡിസൈനും വള്ളിയും വരച്ചെടുത്ത് മോഡലുണ്ടാക്കി അത് എന്തായാലും ഹിറ്റായി .

കലാസംവിധാന സാധ്യതകൾ

ഭാവിയിൽ വളരെ സാധ്യതകളാണ് കലാസംവിധാനത്തിൽ ഉള്ളത്. കാരണം ഇപ്പോൾ ഒരുപാട് സൃഷ്ടികൾ ഗ്രാഫിക്സിലേക്ക് മാറുന്നു എങ്കിൽ കൂടി ഗ്രാഫിക്സിന് സപ്പോർട്ട് കൊടുക്കുന്നത് ഫോർ ഗൗണ്ട് സെറ്റുകളാണ്. ഗ്രാഫിക്സ് വർക്കുകളിൽ ഏറ്റവും കൂടുതൽ ഉപയോഗിച്ച് കണ്ടിട്ടുള്ള ഒരു പടമാണ് 300, പക്ഷേ അതിലെല്ലാം തന്നെ യാഥാർത്ഥ്യമെന്നു തോന്നുന്ന സെറ്റുകൾ വേണ്ടിവരും. ഈ സെറ്റുകളുടെയൊക്കെ ബാക്ക് അപ്പ് മാത്രമാണ് ഗ്രാഫിക്സിനു ചെയ്യാൻ സാധിക്കുക. മറ്റൊന്ന് മെറ്റീരിയലിലുള്ള ചെയ്ഞ്ച് ആണ്, അതിലെ വ്യത്യാസം ക്വാളിറ്റിയിലും വ്യത്യാസം വരുത്തുന്നു. ഗ്രാഫിക്സും ആനിമേഷനുമൊക്കെ കൈകടത്തുമ്പോഴും കലാസംവിധാനത്തിന്റെ പ്രാധാന്യം വലുതാണ്. ഒരു സിനിമയെടുക്കുമ്പോൾ സെറ്റ് മാത്രമല്ല ലൊക്കേഷൻ, കഥാപാത്രം എവിടായിരിക്കണം, എന്തായിരിക്കണം, എന്നു തുടങ്ങി എല്ലാ കാര്യങ്ങളും കലാസംവിധായകന്റെ ചുമതലയാണ്.

ടീം സൗഹൃദം.

മീശമാധവൻ മുതലെ കൂടെയുള്ള സഹപ്രവർത്തകരിൽ ഇപ്പോഴും മൂന്നു നാലു പേർ ഒപ്പം ഉണ്ട്. ഞാൻ അസിസ്റ്റന്റായി നിൽക്കുന്ന സമയത്ത് ഞാൻ പഠിച്ച കാര്യമാണ് ആർട്ട് ഡയറക്ടർമാരുടെ നെഗറ്റീവ് സൈഡ് ശ്രദ്ധിക്കുക. ഒരു ആർട്ട് ഡയറക്ടർ എന്തു ചെയ്യാൻ പാടില്ല എന്നതാണ് ഞാൻ പഠിച്ചത്. പോസിറ്റീവ് സൈഡ് എല്ലാവർക്കും കാണും പക്ഷേ നെഗറ്റീവ്സ് ശ്രദ്ധിച്ചാൽ അത് നമ്മളിൽ ഉണ്ടാവാതിരിക്കാൻ ശ്രമിക്കും പണ്ടൊക്കെ ആർട് ഡയറക്ടർമാരെ ആരും ശ്രദ്ധിച്ചിരുന്നില്ല. അവർ എപ്പോൾ വരുന്നു, പോകുന്നു, എവിടെ ഉറങ്ങുന്നു, എന്നൊന്നും നോക്കിയിരുന്നില്ല പക്ഷേ ഞാൻ ഇപ്പോൾ കൂടുതലും ശ്രദ്ധിക്കുന്നത് അവരുടെ സെക്യൂരിറ്റിയാണ്. ഈ ടീമിനെ ഞാൻ ഒരു സൗഹൃദത്തിലാണ് കൊണ്ടുപോകുന്നത് ഒരു ബോസ് എന്ന രീതിയിൽ അല്ല ഞാൻ അവരുടെ അടുത്ത് പെരുമാറുന്നത്, അപ്പോൾ തന്നെ റിലേഷൻ മാറും, ഞങ്ങളുടെ സിനിമയാണ് ഇത് എന്ന അവരുടെ തോന്നലാണ് എന്റെ വിജയം. അവരുടെ അഭിപ്രായങ്ങളെ ഞാനും എന്റെ അഭിപ്രായങ്ങളെ അവരും മാനിക്കാറുമുണ്ട്.



കുടുംബത്തോടൊപ്പം

സിനിമ വിശേഷങ്ങൾ

പുതിയതായി ചെയ്യുന്നത് വിഷ്ണു ഉണ്ണികൃഷ്ണന്റെ ചിത്രമാണ്, ദുൽഖർ ആണ് നായകൻ.

ക്രിസ്മസ് ഓർമ്മകൾ

ഒരിക്കൽ ഞങ്ങളുടെ പള്ളിവികാരി ക്രിസ്മസ് അടുത്തിരുന്ന സമത്താണ് എന്റെ വീട്ടിൽ വരികയും ഒരു പെയ്ന്റിങ് കാണുകയും ചെയ്തത്. അത് കണ്ടപ്പോളാണ് അച്ചൻ പള്ളിയിൽ പുൽക്കൂടുണ്ടാക്കാൻ വിളിച്ചത് അങ്ങനെ ആദ്യമായി പള്ളിയിൽ വലിയൊരു പുൽക്കൂടുണ്ടാക്കി. എല്ലാവർക്കും അതിഷ്ടമായി പിന്നീട് ഇത്രയും വർഷമായി ആ പള്ളിൽ ക്രിസ്മസിന് സമയം കിട്ടുമ്പോഴൊക്കെ ക്രബ് ഉണ്ടാക്കാൻ സഹായിക്കാറുണ്ട്, സഹകരിക്കാറുണ്ട്. ആദ്യമായി ചെയ്യുന്ന ആർട്ട് വർക്ക് ഇടവകപ്പള്ളിയിലെ പുൽക്കൂടാണ്. അച്ഛൻ ഡോക്ടറാണ്. ഒരു നല്ല ആർട്ടിസ്റ്റുമാണ്. വീട്ടിൽ ക്രിസ്മസിന് പപ്പാജിയെ ഉണ്ടാക്കി വെക്കും (ഞങ്ങൾ കൊച്ചിക്കാർ സാന്റാക്ലോസിനു പപ്പാജി എന്നാണ് പറയുന്നത്) അത് കാണാൻ ആളുകൾ വരും അപ്പോൾ ഞാൻ കുട്ടിയായിരുന്നു. ഓരോ ക്രിസ്മസിനും പപ്പാജിയെ ഉണ്ടാക്കുന്നത് കാണാൻ നോക്കി ഇരിക്കും.

കുടുംബം

ഫാമിലിയിൽ നിന്നുള്ള സപ്പോർട്ടാണ് ഏറ്റവും വലുത്. ഭാര്യ ജിഷ ഡയറ്റീഷ്യൻ ആണ്, മക്കൾ ഡോൺ ക്രിസ്റ്റിന, ഡെറിക് ജോസഫ്. ഷൂട്ടിങ് നടക്കുന്നത് സമീപദേശങ്ങളിൽ എവിടെ ആയിരുന്നാലും കുടുംബത്തോടൊപ്പം സമയം ചെലവിടാൻ ഞാൻ ശ്രമിക്കാറുണ്ട്. തിരിക്കിന്റെ കാരണം പറഞ്ഞ് ഇപ്പോൾ അവരുടെ ഒപ്പം നിന്നില്ലെങ്കിൽ ഞാൻ ഫ്രീ ആയിരിക്കുന്ന സമയം അവർ എന്റെ കൂടെ കാണണം എന്നില്ല. എനിക്ക് കിട്ടിയ മൂന്ന് അവാർഡ് ആണ് കുടുംബം, കുട്ടികൾ പിന്നെ നല്ലൊരു ജോലിയും.

സിയ വെട്ടിക്കൽ



ക്രിസ്തുമസ് ചരിത്രം ഉണരുന്ന രാവുകൾ

മമ്പള്ളി റോയൽ ബിസ്കറ്റ് ഫാക്ടറി ഇന്ത്യയിലെ ആദ്യ കേക്ക് നിർമ്മാതാക്കളായി. അവിടുന്നങ്ങോട്ട് മമ്പള്ളി ബേക്കറിയുടെ ജൈത്രയാത്രയായിരുന്നു. ഈ കേക്കാണ് തലശേരിയെ കേക്കിന്റെ നാടാക്കി മാറ്റിയതും ഇന്ത്യാ ചരിത്രത്തിൽ സ്ഥാനം പിടിച്ചതും.

പതിനാലാം നൂറ്റാണ്ടിന്റെ അവസാനം മുതലാണ് കേക്കുരുചി ലോകം കീഴടക്കിയതെന്ന് ചരിത്രം. ഒരു നൂറ്റാണ്ടിലേറെ കാലമായി രുചിച്ചു വരുന്നതാണ് ഈ കേക്ക് കഥ. ഓരോ ക്രിസ്മസ് കാലത്തും തലശേരിക്കാർ അഭിമാനത്തോടെ ഓർക്കുന്ന കാര്യമുണ്ട്. ഇന്ത്യയിൽ ആദ്യമായി കേക്ക് ഉണ്ടാക്കിയത് തലശ്ശേരിക്കാരാണെന്ന കാര്യം. വാസ്തവത്തിൽ ചരിത്രത്തിനു ഒരുപാട് മഹാരഥന്മാരെയും,സംഭവങ്ങളെയും സംഭാവന ചെയ്തിട്ടുള്ള ഒരു നാടാണ് തലശ്ശേരി. തലശേരി ബിരിയാണി എന്ന പ്രസിദ്ധമായ ദം ബിരിയാണി മുതൽ നാടോട്ടുക്കും 'തലശേരി റസ്റ്റോറന്റ്' എന്ന പേരിൽ ഉയർന്നു വരുന്ന തലശേരിക്കാരുടെയും അല്ലാത്തവരുടെയുമായ ഹോട്ടലുകളും അതിന്റെ ഭക്ഷണപ്പെരുമയ്ക്കു ഉദാഹരണമാണ്. മൂന്നു 'സി' കളുടെ പേരിലാണ് തലശേരി പ്രസിദ്ധമായത് എന്ന് പറയാറുണ്ട്. കേക്ക്, ക്രിക്കറ്റ്, സർക്കസ് എന്നിവയാണ് ആ മൂന്നു 'സി'കൾ. ബേക്കറി പലഹാരങ്ങളുടെ രുചി കേരളം മുഴുവൻ എത്തിച്ച തലശേരിക്കാരുടെ സ്വകാര്യ അഹങ്കാരമാണ് കേക്ക് നിർമാണം. തലശേരി സ്വദേശിയായ മമ്പള്ളി ബാപ്പുവാണ് ഇന്ത്യയിൽ ആദ്യമായി കേക്ക് തയാറാക്കിയത്. 1880ലാണു മമ്പള്ളി ബാപ്പു റോയൽ ബിസ്ക്റ്റ് ഫാക്റ്ററി സ്ഥാപിച്ചത്. വിദേശികളുടെ ഭക്ഷണ രീതി മനസിലാക്കിയ ബാപ്പു അവരെ ലക്ഷ്യമിട്ടാണ് ബേക്കറി ആരംഭിച്ചത്. റൊട്ടിയും ബിസ്കറ്റുമായിരുന്നു ആദ്യവിഭവങ്ങൾ.

ആ കാലഘട്ടത്തിൽ മമ്പള്ളി റോയൽ ബിസ്ക്റ്റ് ഫാക്റ്ററിക്കു മുന്നിൽ മദാമ്മമാരും ബട്‌ലർമാരും റൊട്ടിക്കു വേണ്ടി ക്യൂനിൽക്കുന്നതു സ്ഥിരം കാഴ്ചയായിരുന്നുവെന്നു ചരിത്രകാരന്മാർ വ്യക്തമാക്കുന്നുണ്ട്. അവിടെ തുടങ്ങുന്നു മലയാളനാട്ടിലെ ക്രിസ്മസ് കേക്കുകളുടെ രുചിചരിതം. 1883 ഡിസംബർ 23 ആയിരുന്നു ആ ചരിത്ര ദിനം. അഞ്ചരക്കണ്ടി കറപ്പത്തോട്ടത്തിലെ ഫ്രാൻസിസ് കാർണാക്ക് ബ്രൗൺ സായിപ്പിനു വേണ്ടിയാണ് കേക്ക് ഉണ്ടാക്കിയത്. ധർമടം സ്വദേശിയായ കൊല്ലപ്പണിക്കാരനെ കൊണ്ടാണു മമ്പള്ളി ബാപ്പു കേക്കിന്റെ അച്ചുണ്ടാക്കിച്ചത്. ആദ്യമായി കേക്ക് കാണുകയായിരുന്ന ബാപ്പു സായിപ്പ് പറഞ്ഞു കൊടുത്ത രീതികളുടെയും മറ്റും സഹായത്തോടെ പക്ഷെ രുചികരമായി തന്നെ കേക്കുണ്ടാക്കി. സംഗതി ഇഷ്ടപ്പെട്ട സായിപ്പ് വേറെ ഒരു ഡസൻ കേക്കിനു കൂടി ഓർഡർ നല്കിയിട്ടാണ് അവിടുന്ന് മടങ്ങിയത്. അങ്ങനെ മമ്പള്ളി റോയൽ ബിസ്കറ്റ് ഫാക്ടറി ഇന്ത്യയിലെ ആദ്യ കേക്ക് നിർമ്മാതാക്കളായി. അവിടുന്നങ്ങോട്ട് മമ്പള്ളി ബേക്കറിയുടെ ജൈത്രയാത്രയായിരുന്നു. ഈ കേക്കാണ് തലശേരിയെ കേക്കിന്റെ നാടാക്കി മാറ്റിയതും ഇന്ത്യാ ചരിത്രത്തിൽ സ്ഥാനം പിടിച്ചതും. ചുവന്ന ഐസിങ്ങിൽ ക്രിസ്മസ് അപ്പൂപ്പൻ, പച്ചനിറത്തിൽ ക്രിസ്മസ് ട്രീ, ഗിഫ്റ്റ് ബോക്സുകളായി, പലതട്ടിൽ തുടങ്ങി വിവിധ തരത്തിൽ, രൂപത്തിൽ, ഗന്ധത്തിൽ, വർണത്തിൽ, രുചിയിൽ കൊതിയൂറുന്ന കേക്കുകൾ താരമാകുന്ന കാലമാണിപ്പോൾ.



ക്രിസ്മസ് കാലത്തെ ഏറ്റവും നയനാനന്ദകരമായ കാഴ്ചകളിലൊന്നാണു ക്രിസ്മസ് ട്രീ. ബൾബുകൾക്കൊപ്പം നക്ഷത്രങ്ങളും ചെറിയ ബോബ്ളുകളുമൊക്കെ (പന്തിന്റെ ആകൃതിയിലുള്ള കളിപ്പാട്ടം) തൂക്കി ക്രിസ്മസ് ട്രീ ഒരുക്കുന്നതു സർവസാധാരണമാണ്. പലയിടത്തും ക്രിസ്മസ് ട്രീ ഒരുക്കൽ മത്സരം തന്നെ അരങ്ങേറാറുണ്ട്. ക്രിസ്മസ് ട്രീയുടെ ചരിത്രം എവിടെനിന്നാണെന്നു ചിന്തിച്ചിട്ടുണ്ടോ? ഇതിനു പല കഥകളും കേൾക്കുന്നുണ്ടെങ്കിലും സത്യമെന്താണെന്ന് തിരക്കി ഇറങ്ങിയിട്ടില്ല. അതിൽ ചില വിചിത്രമായ കഥാശകലങ്ങൾ.

ജർമൻകാരുടെ ട്രീ

ജർമനിയിലാണു ക്രിസ്മസ് ട്രീയുടെ ജനനം എന്നാണു ചരിത്രം. സ്വർഗത്തിലേക്കു ചൂണ്ടുന്ന പരിശുദ്ധ ത്രിത്വത്തിന്റെ പ്രതീകമാണു ക്രിസ്മസ് ട്രീ എന്നാണു ജർമൻകാരുടെ വിശ്വാസം. 5–ാം നൂറ്റാണ്ടിൽ ആദത്തിന്റെയും ഹവ്വയുടെയും ഏദൻതോട്ടത്തിന്റെയും സ്മരണ പുതുക്കിയ ആഘോഷം പിന്നീടു ദൈവപുത്രന്റെ വരവറിയിക്കാൻ ഒരുക്കിയ പുൽക്കൂടിനോടു ചേർത്തുവച്ചു തുടങ്ങി. 16–ാം നൂറ്റാണ്ടിലാണ് ഇതു വ്യാപകമായത്. മെഴുകുതിരികൾ കത്തിച്ചുവച്ചു തുടങ്ങിവച്ച ഈ ആഘോഷരാവ് കടൽ കടന്നപ്പോൾ ബഹുവർണ വൈദ്യുത ബൾബുകൾകൊണ്ട് അലങ്കരിച്ച ആധുനിക ക്രിസ്മസ് ട്രീയായി.

വിശുദ്ധ ബോണിഫസ്

ക്രിസ്മസ് ട്രീയുടെ കഥകൾ നിരവധിയുണ്ടെങ്കിലും ജർമനിയിൽ പ്രചാരമുള്ള കഥ വിശുദ്ധ ബോണിഫസുമായി ബന്ധപ്പെട്ടതാണ്. ഥോർ എന്ന ദേവനെ ആരാധിക്കുന്ന ഛട്ടി എന്ന ഒരു ഗോത്രവർഗമുണ്ടായിരുന്നു. ഥോർ ദേവന്റെ അടയാളമായ ഓക്കുമരത്തിന് ഒരു ബാലനെ ബലികൊടുക്കുന്ന തുക ബോണിഫസ്, അവരുടെ അടുക്കലെത്തി. ബലിക്കത്തി ബാലന്റെ കഴുത്തിലേക്ക് ആഞ്ഞുവീശുന്നതു കണ്ട്, അരുതേ എന്നു വിളിച്ചു പറഞ്ഞതും കത്തി തെറിച്ചു വീണതും ഒരുമിച്ചായിരുന്നു. ഒരു മരത്തിന്റെ പേരിൽ നരബലി നടത്തുന്നതു ഹീനമാണെന്നു ബോണിഫസ് അവരോടു പറഞ്ഞു. പിന്നീടു നടന്ന വാദപ്രതിവാദങ്ങൾക്കൊടുവിൽ അവർ തെറ്റു സമ്മതിച്ചു. അപ്പോൾ ആകാശത്ത് ഘോരശബ്ദത്തോടെ ഒരു ഇടിവെട്ടി. അവർക്കു മുന്നിൽനിന്ന ഓക് മരം രണ്ടായി പിളർന്നു. അത് ഒരു ക്രിസ്മസ് രാത്രിയായിരുന്നു. പഴയ മരം നിന്നിടത്ത് അപ്പോൾത്തന്നെ ചെറിയൊരു മരം പൊട്ടിമുളച്ചു. ആ മരം മുറിച്ചെടുത്തു ബോണിഫസിനൊപ്പം അവർ ഗോത്രത്തലവന്റെ വീട്ടിലെത്തി. ബോണിഫസ് അവർക്കു ക്രിസ്മസ് സന്ദേശം നല്കി.

കേക്കിന്റെ രുചിയോടൊപ്പം, അലങ്കാര വർണ്ണം വിതറുന്ന ക്രിസ്മസ് ട്രീകളും പ്രഭ ചൊരിയുന്ന മാമരം കോച്ചുന്ന ഡിസംബർ രാവുകൾ വരവായി



ക്രിസ്മസ് ട്രീയെ പറുദീസ മരം എന്നും വിളിക്കാറുണ്ട്. ബേത്‌ലഹേമിലെ നക്ഷത്രത്തെ അനുസ്മരിച്ചു പറുദീസ മരത്തിനു മുകളിൽ നക്ഷത്രമൊരുക്കിയും ഏദൻതോട്ടത്തിലെ ആപ്പിളുകൾക്കു പകരം ചുവന്ന ബോളുകളൊരുക്കിയും ക്രിസ്മസ് രാവുകൾ ധന്യമാക്കി. ഫ്രാൻകോപേർഷ്യൻ യുദ്ധകാലത്തു സൈനിക ബാരക്കുകളിലും ആശുപത്രികളിലും ക്രിസ്മസ് ട്രീകൾ നിരന്നു. ജോർജിയയിൽ പ്രചാരത്തിലുള്ളത് സാന്താക്ളോസിന്റെ നരച്ച താടിയെ അനുസ്മരിപ്പിക്കുന്ന ക്രിസ്മസ് ട്രീയാണ്. ചിചിലാകി എന്നാണിതിനു പേര്. അക്രോട്ടുമരത്തിന്റെ നാരുകൾകൊണ്ടാണിതു നിർമ്മിക്കുന്നത്.

കടൽ കടന്ന്

1816ൽ ഓസ്ട്രിയയിലും 1840ൽ ഫ്രാൻസിലും ക്രിസ്മസ് ട്രീകൾ എത്തി. 1800കൾവരെ ബ്രിട്ടനിൽ ക്രിസ്മസ് ട്രീ എത്തിയിരുന്നില്ല. 1841ൽ വിക്ടോറിയ രാജ്ഞിയുടെ ഭർത്താവായ പ്രിൻസ് ആൽബർട്ടാണ് വിൻഡ്സർ കൊട്ടാരത്തിൽ ആദ്യമായി ക്രിസ്മസ് ട്രീ ഒരുക്കിയത്. 1923ലാണ് അമേരിക്കൻ പ്രസിഡന്റിന്റെ ഔദ്യോഗിക വസതിയായ വൈറ്റ്ഹൌസിലെ സൗത്ത് ലോണിൽ ക്രിസ്മസ് ട്രീ ഉയരുന്നത്.

1982ൽ ജോൺപോൾ രണ്ടാമൻ മാർപാപ്പയാണു ക്രിസ്മസ് ട്രീയെ വത്തിക്കാനിൽ പരിചയപ്പെടുത്തിയത്. 2004ൽ ജോൺപോൾ മാർപാപ്പ ക്രിസ്മസ് ട്രീയെ ക്രിസ്മസ് പ്രതീകമായി പ്രഖ്യാപിച്ചു. ഉൽപത്തി പുസ്കത്തിലെ ജീവന്റെ വൃക്ഷത്തെ അനുസ്മരിപ്പിക്കുന്ന ക്രിസ്മസ് ട്രീ ലളിതമായ ക്രിസ്മസ് ആഘോഷങ്ങളുടെ ഭാഗമാണെന്നു ബനഡിക്ട് 16–ാമൻ മാർപാപ്പ 2005ൽ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

മറ്റൊരു കഥ

ക്രിസ്മസ് ട്രീയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട മറ്റൊരു കഥ ഇങ്ങനെ: വനത്തിനു നടുവിലെ ഒരു മരംവെട്ടുകാരന്റെ വീടാണു പശ്ചാത്തലം. മരംവെട്ടുകാരനും ഭാര്യയും മക്കളും വീട്ടിൽ തീ കാഞ്ഞുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. അപ്പോൾ വാതിലിൽ ആരോ മുട്ടി. വാതിൽക്കൽ ഒരു ബാലൻ. വഴിതെറ്റിപ്പോയെന്നും വീട്ടിൽ അന്തിയുറങ്ങാൻ ഇടം തരണമെന്നും ആവശ്യപ്പെട്ടു. ദരിദ്രബാലന്റെ അവസ്ഥയിൽ മനമലിഞ്ഞ മരംവെട്ടുകാരൻ ബാലനെ കുളിപ്പിച്ച്, ഭക്ഷണം കൊടുത്തശേഷം തന്റെ മക്കൾക്കൊപ്പം കിടന്നുറങ്ങിക്കൊള്ളാൻ പറഞ്ഞു. പിറ്റേന്നു ക്രിസ്മസാണ്. അതിരാവിലെ മരംവെട്ടുകാരന്റെ കുടുംബത്തെ വരവേറ്റതു മാലാഖമാരാണ്. ദരിദ്രബാലൻ ഉണ്ണീശോയാണെന്നു തിരിച്ചറിഞ്ഞതോടെ തൊ



മമ്പള്ളി ബാപ്പു





ഴുകൈകളോടെനിന്ന അവർക്ക് ഒരു മരത്തിന്റെ ശിഖരം നല്കി. തന്നെ കരുതലോടെ സംരക്ഷിച്ച മരംവെട്ടുകാരന്റെ കുടുംബത്തിനു നന്ദി പറഞ്ഞു. ഉണ്ണീശോ നല്കിയ മരത്തിന്റെ ശിഖരം പിന്നീടു ക്രിസ്മസ് ട്രീയായി പരിണമിച്ചുവത്രേ.

പടിഞ്ഞാറൻ ജർമ്മനിയിലാണത്രെ ആധുനിക രീതിയിലുള്ള ക്രിസ്മസ് ട്രീകൾ ഒരുക്കിയത്. ആദമിന്റെയും ഹവ്വയുടേയും കഥകൾ അനുസ്മരിക്കുന്നതിനായി ഏദൻ തോട്ടത്തിന്റെ മാതൃകയിൽ ആയിരുന്നു ആധുനിക ക്രിസ്മസ് ട്രീകൾ ഒരുങ്ങിയത്. മരച്ചില്ലകളിൽ ആപ്പിളുകൾ തൂക്കി അവർ ഈ മാതൃക അതേപടി അനുകരിക്കാൻ ശ്രമിച്ചു. കൂടാതെ യേശുവിന്റെ സാന്നിധ്യമറിയിക്കാൻ മെഴുകുതിരികളും കത്തിച്ചുവെച്ചിരുന്നു. എല്ലാവർഷവും ഡിസംബർ 24 നു തന്നെയായിരുന്നു ഈ അലങ്കാര പരിപാടികൾ. പതിനെട്ടാം നൂറ്റാണ്ടിൽ ജർമ്മനിയിൽ മുഴുവൻ ഈ ആചാരത്തിന് പ്രചാരം സിദ്ധിച്ചു. പത്തൊൻപതാം നൂറ്റാണ്ടിൽ ഇംഗ്ലണ്ടിലും ക്രിസ്മസ് ട്രീകൾ വ്യാപിച്ചു. ഇരുപതാം നൂറ്റാണ്ടിന്റെ തുടക്കം വരെ ക്രിസ്മസ് ട്രീകളിൽ മെഴുകുതിരികൾ കത്തിച്ചുപോന്നു. 1917 ൽ ന്യൂയോർക്കിൽ ഒരു തീപിടുത്തമുണ്ടായി. ക്രിസ്മസ് ട്രീയിലെ മെഴുകുതിരിയിൽ നിന്നും പടർന്ന് പിടിച്ച തീ ഒട്ടേറെ നാശനഷ്ടം വരുത്തി. ഈ അപകടം നേരിൽക്കണ്ട ആൽബർട്ട് സഡക്ക് എന്ന ബാലന് ഈ സംഭവം ഏറെ മാനസികവിഷമമുണ്ടാക്കി. സ്പെയിൻ കാരായിരുന്ന സഡക്കായുടെ കുടുംബം പക്ഷികളുടെ പാവ നിർമ്മിച്ച് കൂട്ടിൽ ഇട്ട് വൈദ്യുതി ബൾബുകൾ കൊണ്ട് അലങ്കരിച്ച് വിൽപന നടത്തിയാണ് ജീവിച്ചിരുന്നത്. അപകടത്തെക്കുറിച്ചോർത്ത് ഏറെ ദുഃഖിതനായിരുന്ന സഡക്കായുടെ മനസ്സിൽ പെട്ടന്നൊരു ബുദ്ധി തെളിഞ്ഞു. 'എന്തുകൊണ്ട് ക്രിസ്മസ് ട്രീയിൽ മെഴുകുതിരിക്ക് പകരം വൈദ്യുതിലൈറ്റുകൾ ഉപയോഗിച്ച് കൂടാ?' തന്റെ ചിന്ത അവൻ മാതാപിതാക്കളുമായി പങ്കുവെച്ചു. അവർക്ക് ആ ആശയം ഏറെ ഇഷ്ടപ്പെട്ടു. കുറച്ച് ബൾബുകൾ ഉപയോഗിച്ച് അവർ ക്രിസ്മസ് ട്രീ ലൈറ്റുകൾ ഉണ്ടാക്കി. ആദ്യ വർഷം നൂറിൽ താഴെ ബൾബുകളേ വിറ്റുപോയുള്ളു. എങ്കിലും ഈ പുതിയ ക്രിസ്മസ് ട്രീ തൊട്ടടുത്ത വർഷങ്ങളിൽ വലിയ വിറ്റുവരവ് നടത്തി. പ്രായ പൂർത്തിയായ സഡക്കാ ക്രിസ്മസ് ട്രീ നിർമ്മിക്കുന്നതിന് വേണ്ടി മാത്രം ഒരു കമ്പനി തുറന്നു. തുടർന്ന് ഈ സംരംഭം വ്യാപിക്കുകയായിരുന്നു. കടലും കടന്ന് ഇത് മനസ്സുകളിൽ സ്ഥാനം നേടി. ●

സിയ വെട്ടിക്കൽ

കുറുവാദ്വീപ് വയനാടിന്റെ ദൃശ്യവിസ്മയം



ഇന്ത്യയിലെ തന്നെ അതിപ്രശസ്തമായ നാച്വുറൽ ബട്ടർഫ്ളൈസ് പാർക്കാണ് കുറുവാദ്വീപ്. നൂറുകണക്കിന് വൈവിധ്യങ്ങളായ പൂമ്പാറ്റകളും ഒരു ഡസനിലേറെ പ്രശസ്തമായ വന ഓർക്കിഡ് പുഷ്പങ്ങളും നിങ്ങൾക്ക് അവിടെ കാണാം.

ഒരുപാട് വാണിജ്യവത്കരിക്കുകയും തിരക്കേറുകയും ചെയ്ത മലമുകളിലെ വിനോദസഞ്ചാരകേന്ദ്രമായ മൂന്നാർ മടുക്കാൻ തുടങ്ങിയതോടെയാണോ എന്തോ ഈയടുത്ത കാലത്തായി വയനാട്ടിൽ വിനോദസഞ്ചാരികളുടെ തള്ളിക്കയറ്റം തുടങ്ങിയത്.

ഒഴുകിയെത്തുന്ന വിനോദസഞ്ചാരികളുടെ കണ്ണിൽ പ്രകൃതിയുടെ മുത്തുമണികളെന്ന പോലെ തിളങ്ങുന്ന ഒട്ടനവധി പുതിയ മേച്ചിൽ ഇടങ്ങളും. ബാണാസുരസാഗർ ഡാം, കരാപ്പുഴ തുടങ്ങിയ താരതമ്യേന പുതിയ വിനോദ സഞ്ചാരകേന്ദ്രങ്ങളെക്കാൾ ഒട്ടൊക്കെ പണ്ടും പ്രസിദ്ധമായ ഒന്നായിരുന്നു കുറുവദ്വീപ്. 950 ഏക്കറിൽ കബനി പുഴയാൽ ചുറ്റപ്പെട്ടുകിടക്കുന്ന ഒരു നിത്യഹരിത വന ആവാസ വ്യവസ്ഥ! പ്രകൃതി ചിലരെ സന്യസിപ്പിക്കാനും ചിലരെ മദോന്മത്തരാക്കാനും ഒരുക്കിയ ഒരു ദൃശ്യ വിസ്മയം. അതാണ് കുറുവാദ്വീപ്.

ഒട്ടനവധി ജൈവ വൈവിധ്യങ്ങൾ കൊണ്ട് ബൊട്ടണിക്കൽ സുവോളജി വിദ്യാർത്ഥികളെ അമ്പരിപ്പിക്കുന്ന ഒരു ഭൂപ്രകൃതി. എന്നാൽ സാധാരണക്കാരെ പ്രകൃതി

യുടെ മാസ്മരിക സൗന്ദര്യത്തിൽ മത്ത് പിടിപ്പിക്കുന്ന ചലനചിത്രം. കബനി പുഴ പാറക്കൂട്ടങ്ങൾക്കിടയിലൂടെ അലസഗമനം നടത്തുന്നു. സഞ്ചാരികൾക്കായി കുറുവാദ്വീപിൽ ഡി.ടി.പി.സിയും വനം വകുപ്പും ഒട്ടനവധി സൗകര്യങ്ങൾ ഈയടുത്ത കാലത്ത് ഒരുക്കിയിട്ടുണ്ട്. കുറുവാദ്വീപിന്റെ സ്വാഭാവികഭംഗിക്ക് കോട്ടം തട്ടാതെ അവ നിലനിർത്തിയിരിക്കുന്നതിൽ അവരെ അഭിനന്ദിക്കാതെ നിവൃത്തിയില്ല. കൂടുതലും മുളയാണ് നിർമ്മിതിക്കുള്ള വസ്തു.

കാലങ്ങളായി മുളയുപയോഗിച്ച് വാസഗൃഹങ്ങൾ തയ്യാറാക്കി പരിചയമുള്ള ആദിവാസികളുടെ സേവനം അതിന് ഉപയോഗിച്ചിട്ടുണ്ടെന്നത് തീർച്ച. കബനി മുറിച്ചുകടക്കാൻ ഉപയോഗിക്കുന്ന മുള കൊണ്ടുള്ള ചങ്ങാടം ഒരു അനുഭമാണ്. കുറുവ ദ്വീപിലെ വനത്തിനു നടുവിലൂടെയുള്ള നടവഴികളും മുളകൊണ്ടുള്ള ചാരുബഞ്ചുകളും ആ പ്രകൃതിയെ ഒട്ടും അലോരസപ്പെടുത്തുന്നില്ല. ഇതു പോലുള്ള ഭൂപ്രകൃതിയിൽ വേറിട്ടു നിൽക്കുന്ന കോൺക്രീറ്റ് നിർമ്മിതികളുമായി നമ്മുടെ സർക്കാർ വകുപ്പുകൾ നമ്മളെ വിദേശികൾക്ക് മുൻപിൽ അപഹാസ്യരാക്കാറുണ്ട്.

കുറുവാദ്വീപിലെ നടവഴിയിലൂടെ കുറച്ച് പിന്നിട്ടപ്പോൾ മുന്നിൽ തിരമാല ചലനങ്ങളുമായി നൃത്തം വയ്ക്കുന്നു. നൂറുകണക്കിന് മഞ്ഞ പാപ്പാത്തികൾ. കുറുവാദ്വീപ് ഇത്തരം മായാകാഴ്ചകൾ നിങ്ങൾക്ക് തരുമെന്ന് തീർച്ച. ഇന്ത്യയിലെ തന്നെ അതിപ്രശസ്തമായ നാച്യുറൽ ബട്ടർ ഫ്ളൈസ് പാർക്കാണ് കുറുവാദ്വീപ്. നൂറുകണക്കിന് വൈവിധ്യങ്ങളായ പൂമ്പാറ്റകളും ഒരു ഡസനിലേറെ പ്രശസ്തമായ വന ഓർക്കിഡ് പുഷ്പങ്ങളും നിങ്ങൾക്ക് അവിടെ കാണാം. ഒരു ചെറിയ പക്ഷിയുടെ ചിറകിന്റെ അത്ര തന്നെ വലിപ്പമുള്ള ചിറകുള്ള ബേർഡ് വിംഗ് എന്ന ശലഭവും കുറുവാദ്വീപിലുണ്ടത്രെ! പക്ഷി നിരീക്ഷണത്തിലും ശലഭ നിരീക്ഷണത്തിലും തൽപരരായ ഒട്ടേറെ സ്വദേശീയരും വിദേശികളുമായ സഞ്ചാരികൾക്ക് ഇഷ്ട സ്ഥലമാണ് കുറുവാദ്വീപ്. നടത്തത്തിനിടയിൽ കബനി നദി മുറിച്ച് കടന്ന് അപ്പുറത്തെ ഗ്രാമത്തിലെ വയലിലേക്ക് പറന്നിറങ്ങുന്ന അഞ്ചെട്ടു മയിലുകളെ ഞാൻ കണ്ടു. മനോഹരമായ ആ കാഴ്ച മികവോടെ ക്യാമറയിലേക്ക് പകർത്താനായില്ല എന്ന ദുഃഖം ഇപ്പോഴുമെനിക്കുണ്ട്.

സമീപഗ്രാമങ്ങളിലെ വയലുകളിൽ കൂടുതലും വിളഞ്ഞു നിൽക്കുന്നത് ലോകത്തിലെ തന്നെ അതിപ്രശസ്തമായ സുഗന്ധ അരിയായ വയനാടൻ ഗൈമയാണത്രെ. നമ്മുടെ ലോക്കൽ ബസ്മതി അരി വയനാടൻ ഗൈമ ഏറ്റവും കൂടുതൽ കൃഷി ചെയ്യുന്ന ഗ്രാമങ്ങളായ പാക്കം; പയ്യമ്പള്ളി ഗ്രാമങ്ങൾക്ക് കുറുവയ്ക്ക് ചുറ്റുമാണ്. പ്രസിദ്ധമായ കോഴിക്കോടൻ തലശ്ശേരി ബിരിയാണിയിലൂടെ നമ്മുടെ നാവിൽ കൊതിയൂറിക്കുന്ന അതേ സുഗന്ധം. വയനാടൻ ഗൈമ. അതിപ്രശസ്തമായ പാരഗൺ ബിരിയാണിയുടെ രുചികൂട്ടിലും കേമൻ ഇവനാണെന്നു പറയപ്പെടുന്നു.





ഗൈമ വയലുകൾ വിളയുമ്പോൾ സമീപ കാടുകളിൽ നിന്ന് വിളിക്കാതെ കുറച്ച് അതിഥികൾ എത്താറുണ്ട്. കാട്ടാനകൂട്ടം. നിരാകരിക്കാനാവാത്ത മണവും, കൊതിയും കൊണ്ട് വയലിൽ കൂട്ടമായെത്താറുള്ള കാട്ടാനകൾ ഒട്ടനവധി ഇടങ്ങളിൽ വിള തിന്നു നശിപ്പിക്കുന്നത് പതിവാണ്.













അതുകൊണ്ടുതന്നെ പ്രാദേശികവാസികൾ കൈമകൃഷിയിൽ ഒട്ടൊക്കെ വിമുഖത കാട്ടിത്തുടങ്ങി. ചിലവ് കൂടുതൽ, വിളവ് കുറവ്, മൂപ്പെത്താൻ കാലതാമസം, കാട്ടാനശല്യം, വയനാടൻ കൈമ വയനാട്ടിൽ ഇല്ലാതാവുന്ന കാലം വിദൂരമല്ല!

കുറുവാദ്വീപിനോടും കബനി നദിയോടും ചേർന്നു കിടക്കുന്ന ഒരു സർവീസ്ഡ് വില്ലയിൽ ഞാൻ താമസിച്ചു. രാത്രിയിൽ ഇത്തരത്തിൽ വയലിലേക്കിറങ്ങിയ കാട്ടാനകൂട്ടത്തെ കൃഷിക്കാർ തുരത്തുന്നത് കണ്ടിരുന്നു. പടക്കം പൊട്ടിച്ചും ശക്തമായ ടോർച്ചുകൾ ഉപയോഗിച്ചും അവരെ അകറ്റിയെങ്കിലും പിറ്റേന്നും ഇതാവർത്തിക്കുന്നത് കണ്ടു. അതിഗംഭീരമായ ഘ്രാണശേഷിയുള്ള ആന വർഗ്ഗത്തിന് കൈമ തിന്നണമെന്ന് ആഗ്രഹം മൂക്കുന്നത് സ്വാഭാവികം. കർഷകരുടെ വിയർപ്പ് പണമാക്കണം എന്നുള്ള വാശിയും ന്യായം. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ഇത്തരം ഏറ്റുമുട്ടലുകൾ ഇവിടെ പതിവാണ്. രാത്രി കാലങ്ങളിൽ കാവൽ മാടങ്ങളിൽ വയലുകളിൽ കാവൽ കിടക്കുന്ന കൃഷിക്കാർ വയനാടിന്റെ വന്യ, കാർഷിക ഏറ്റുമുട്ടലിന്റെ പ്രതീകങ്ങളാണ്. നിലനിൽപ്പിനായുള്ള രണ്ട് വിഭാഗങ്ങളുടെ പോരാട്ടം.

കാര്യങ്ങൾ ഇങ്ങനെയൊക്കെയാണെങ്കിലും മുകളിലേക്കോ താഴേക്കോ ശ്രദ്ധിക്കാതെ കയ്യിലിരിക്കുന്ന പ്ലാസ്റ്റിക് ഗ്ലാസിലെ മദ്യം ശ്രദ്ധയോടെ മൊത്തിക്കുടിക്കുന്ന ഒരു കൂട്ടം യുവാക്കളെ കബനി പുഴയിൽ കണ്ടു. പുഴയിൽ മറ്റുള്ളവർക്ക് ശല്യമാകുന്ന രീതിയിൽ അലറിവിളിച്ചും തൊട്ടടുത്ത മരങ്ങളിലിരിക്കുന്ന കുരങ്ങന്മാരെയും പക്ഷികളെയും പ്രകോപിപ്പിച്ചും മദിക്കുന്ന ഈ പ്രകൃതിയിലെ വികൃതികളെ എന്തുപറയാൻ? പലപ്പോഴും സംസ്കാരം മലയാളികൾക്ക് വെറുമൊരു പദവും മൃഗങ്ങൾക്ക് അനുഷ്ഠാനവുമാണല്ലോ. അവർ തിമിർക്കുന്ന കബനി പുഴയിൽ വലിച്ചെറിയുന്ന പ്ലാസ്റ്റിക് മാലിന്യങ്ങൾ മറ്റൊരു ദുരന്തമാണ്. അവർ മാലിന്യം വലിച്ചെറിയുന്ന കബനി പുഴ ശിരുവാണിക്കുശേഷം ദക്ഷിണേന്ത്യയിലെ രണ്ടാമത്തെ നാച്ച്യൂറൽ മിനറൽ വാട്ടർ ശേഖരമാണെന്നത് അവർ ഓർക്കുന്നില്ല. അതിൽ ആവസിക്കുന്ന വംശ









Photo: Stajan V.J. & Hashim

നാശഭീഷണി നേരിടുന്ന മാഹാശിർ (മഷിർ) എന്ന മത്സ്യസമ്പത്തിനെ ഓർക്കുന്നില്ല. നാലഞ്ച് അടിയോളം നീട്ടം വയ്ക്കുന്ന വലിയ തലയും ചെതുമ്പലോടും മൂടിയ മഹാശിർ മീനുകൾ ഹിമാലയത്തിൽ നിന്നുൽ ഭവിക്കുന്ന നദികളിൽ കാണാറുണ്ട്. പലപ്പോഴും കബനിയിൽ അതിന്റെ കുട്ടികളോടൊപ്പം ഉലാത്തുന്ന മഹാശിർ മീനുകൾ വിദേശസഞ്ചാരികൾക്ക് അത്ഭുതമാണ്. വംശനാശം നേരിടുന്ന മഷീർ മീനുകളെ കൃത്രിമമായി ബ്രീഡ് ചെയ്ത് കബനിയിലേക്ക് വിടുന്നതിന് ഗവൺമെന്റ് പണം ചിലവാക്കുന്നുണ്ട്. പക്ഷേ അതിന്റെ



ഗുണം കബനിയൊഴുകുന്ന കർണാടകയിലുള്ള ബീഹനഹള്ളി ഡാമിന്റെ പരിസരവാസികളുടെ തീൻമേശയിലാണെന്നുമാത്രം!

ടൂറിസ്റ്റുകൾക്കായി ഡി.ടി.പി.സി ഒരുക്കിയിട്ടുള്ള താമസസൗകര്യം ഭാഗികമായെ തുറന്നിട്ടുള്ളൂ എന്നാണറിഞ്ഞത്. എങ്കിലും മോഡേൺ സൗകര്യത്തോടൊപ്പം പ്രകൃതിയോട് ഇണങ്ങുന്ന വിധത്തിൽ നിർമ്മിച്ചിരിക്കുന്ന ഒരു അരഡസനോളം റിസോർട്ടുകളും കുറച്ച് ഹോം സ്റ്റേകളും സജീവമാണ്. അതിൽ പ്രശസ്തമാണ് മരം കൊണ്ടും മണ്ണുകൊണ്ടും മുളകൊണ്ടും നിർമിച്ചിരിക്കുന്ന കുക്കൂൺ റോയൽ എന്ന സർവീസ്ഡ് വില്ല സമുച്ചയം. പ്രകൃതിയോട് ഇണങ്ങി നിൽക്കുന്ന നിർമ്മാണം, മുന്നിലൂടെ ഒഴുകുന്ന കബനി അതിനോട് ചേർന്ന് കിടക്കുന്ന കുറുവാദ്വീപ്. പകലിലെ കിളികളുടെ കളകൂജനവും പുഴയുടെ ഒഴുക്കിന്റെ പാട്ടുമല്ലാതെ മറ്റൊന്നും നിങ്ങളെ ശല്യപ്പെടുത്തുന്നില്ല. ചിലപ്പോഴൊക്കെ പാറിപറക്കുന്ന വർണശലഭങ്ങളും നിങ്ങളെ ശ്രദ്ധ തിരിച്ചുവിട്ടേക്കാം ●



സ്റ്റാജൻ വി.ജെ
ആഡ്ഫിലിം മേക്കർ

Consumers' Choice
All Kerala brand survey

Conducted by

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം eFFECTIVE ADCOM
മലയാളത്തിലെ ആദ്യത്തെ അഡ്വർടൈസിംഗ് & മാർക്കറ്റിംഗ് മാസിക
&
TRUE CODE
data that powers your business

There is a huge variety of products in the market and consumers can make large choice on the same product. Brand recognition and acceptance play a major role in gaining more customers through quality services and product delivery. Brand recommendation comes after brand identity is well grounded. On the basis of huge competition among brands in the market, brand recommendation is the highest level of reward for a brand. On the basis of the survey conducted by TrueCode on Brand Recommendation among Kerala based brands, Vstar stands top with the highest being recommended. Then the rating goes to Ujala and Milma..with a long term of brand recognition among the public. With the age old promise and quality these brands stand second to the highest brands being recommended by customers. Merriboy and Kitchen Treasure gains the third position for instead highest brands being recommended to friends by its consumers .







Dr. Wash

On the basis of quality among the products 61% voted for Dr Wash. On the same scale of quality Kannan Devan stands second with 42% and merriboy with 40% in quality. Again brands like KP Namboothiri's, Ujala, Paragon etc gains a decent rating among the brands with highest quality products .



On the same note, quality is one major brand recommendation criterion. No matter how big or small, without quality no customer tends to get back to a product. If a brand has quality assurance, it is more recommended and preferred over in a competitive world like the present. Gone are those days when people preferred one brand for the same product. With a little flaw in the quality rendered a customer could choose any other brand serving similar product. The quality in the product marks the acceptance among the consumers.



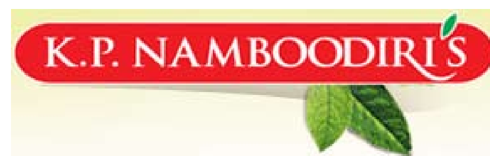
Packing and product attractiveness are another step to get a brand recommended over other brands. An attractive packing not only captures the attention but also becomes an identity for he brand. It helps a brand to be the chosen one among a large pool of brands. The quality and quantity in packing are the major factors that influence consumers. On the study conducted over Kerala based brands, brands like Double Horse, Merriboy, Nirapara and Saras top the highest rating for product



attractiveness and packing. Kannan Deven, Ujala, Milma , V star are also rated higher on the product attractiveness with 41%, 37%, 44 % and 43% respectively for brand attractiveness.



With the well defined study on a large population of Kerala based brands, True Code MD commented that "the brands in Kerala are maintaining an international standard in brand recommendation scenario. The quality rendered in various stage of consumer recognition is beyond imaginable"



A brand is well recognised when it's recommended.Thus one of the highessst recognition is from old customers to newer customers. So the role played by various brands and products to label their quality and quantity rewards them the brand identity and recognition in the market.

True Code Pvt Ltd
www.truecodetech.com
louis@truecodetech.com
Ph:8086828288

"Starting and growing a bussiness is as much about the innovation. Drive and determination of the people who do it as it is about the product they sell"

Elon Musk

5 ലിറ്റിൽ സ്റ്റാർസ്



മലയാള കുടുംബപ്രേക്ഷകരുടെ ഹൃദയം കവർന്ന ഏഷ്യാനെറ്റ് കുടുംബത്തിലെ കുട്ടിതാരങ്ങൾ. അഭിനയമികവുകൊണ്ട് ഓരോ വീട്ടമ്മയും നെഞ്ചോടു ചേർത്തു വച്ചിരിക്കുന്ന കഥാപാത്രങ്ങൾ. തന്റെ സ്വന്തം മകനും മകളുമായി കരുതുന്ന കേരളക്കരയിലെ അമ്മമാരുടെ സ്നേഹവും വാത്സല്യവും നുകരാൻ ഭാഗ്യം ലഭിച്ചവർ. വാനമ്പാടി സീരിയലിലൂടെ പ്രേക്ഷകഹൃദയം കവർന്ന തംബുരു എന്ന ജേലിന, നിരവധി ടെലിവിഷൻ അവാർഡുകൾ നേടിയ പരസ്പരം സിരീയലിലെ ലിറ്റിൽസ്റ്റാർസും തങ്ങളുടെ വിശേഷങ്ങൾ പങ്കുവയ്ക്കുന്നു. വീണ്ടും പരസ്പരം സെറ്റിൽ എത്തിയോ എന്ന സംശയത്തിലാണ് 5കസിൻസ്. ഇഷ്ടങ്ങളും സ്വപ്നങ്ങളും ജിംഗിൾ ബെൽ താളത്തിൽ ക്രിസ്മസ് കേക്കിന്റെ മാധുര്യം നുകർന്നു കൊണ്ട് അവർ പറഞ്ഞു തുടങ്ങി.

ലേഡീസ് ഫസ്റ്റ് എന്നാണല്ലോ പ്രമാണം. അതിനാൽ ആദ്യം ആൻ പറയട്ടെ അല്ലേ? ആയിക്കോട്ടെ എന്ന ലൈനിലാണ് ലിറ്റിൽ സ്റ്റാർസ്.



ജേലിന പി

ആദ്യ ഭാവങ്ങൾ

അമിക: ചേട്ടൻ ആദിൽ മുഹമ്മദ് ആണ് അഭിനയത്തിൻ എന്റെ ഇൻസ്പിരേഷൻ (പരസ്പരത്തിലെ നന്ദു എന്ന കഥാപാത്രം). ഏഷ്യാനെറ്റിലെ ഏഴുരാത്രികൾ, എന്ന സീരിയൽ. വിജയ് ബാബു അങ്കിളിനൊപ്പം ഏയ്ഞ്ചൽ എന്ന ഷോർട്ട് ഫിലിം, കെഎസ്എഫ്ഇയുടെ പരസ്യം, ഫാഷൻ ഷോകളിലും പങ്കെടുത്തിട്ടുണ്ട്. സ്കൂളിൽ ഡ്രാമയ്ക്കൊക്കെ ചേരും. പാട്ട് ഇഷ്ടമാണ്. ഭരതനാട്യം പഠിച്ചിട്ടുണ്ട്.

ഗൗതം: പരസ്പരത്തിനു മുൻപ് ഞാൻ അഭിനയച്ചിട്ടില്ല, ഞങ്ങൾ ദുബായിലായിരുന്നു. അവിടെ ക്ലാസിക്കൽ മ്യൂസിക്, സിനിമാറ്റിക് ഡാൻസ്, മത്സരങ്ങളിലൊക്കെ പങ്കെടുക്കും. കരാട്ടയിൽ ബ്ലൂ വെൽറ്റ് വരെ കിട്ടിട്ടോ.. ഗീതാ പാരായണത്തിൽ ഒന്നാം സ്ഥാനം ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്. (മറ്റൊരു രാജ്യത്ത് പോയിട്ടും ഗീത പഠിച്ചതിൽ ഗൗതമിനെ തോളിൽ തട്ടി അഭിനന്ദിച്ചു കുസൃതികുടുക്ക ലെസ്വിൻ)

ലെസ്വിൻ: കുഞ്ഞിലെ തന്നെ ഊർമിളാന്റിയുടെ കൂടെ പരസ്യം ചെയ്തു. ഒറ്റച്ചിലമ്പിലെ കിരൺ, മൂന്നുമണിയിലെ ഉണ്ണിക്കുട്ടൻ പിന്നെ (ചെറിയയൊരു ആലോചനയ്ക്കു ശേഷം) ചേട്ടൻ ലെനിൻ ബാലകൃഷ്ണൻ സംവിധാനം ചെയ്യുന്ന ക്രാന്തി എന്ന ഫിലിം ഉടൻതന്നെ റിലീസാകും. അപർണ ചേച്ചിയാണ് നായിക. പക്ഷേ പരസ്പരത്തിലെ ധ്യാനിനെയാണ് എല്ലാവരും അറിയുന്നത്.

ലാന്റ്വിൻ: എന്റെ തുടക്കം ശരിക്കും കിലുക്കം കിലുക്കിലുക്കം എന്ന സിനിമയിലൂടെ ആവേണ്ടതായിരുന്നു. എന്നാൽ അതു മിസായി. ചിപ്പിചേച്ചിയുടെ കൂടെ മീര, സൂര്യ ടിവിയിൽ മിഴിയോരത്തിലെ കുട്ടാപ്പി അങ്ങനെ പരസ്പരം വരെ എത്തിനിൽക്കുന്നു.

ജേലിന: ഭുവനക്കാട് എന്ന തമിഴ് സിനിമയും. മല്ലനും മഹാദേവനും എന്ന മലയാള സിനിമയുമാണ് ഞാൻ ആദ്യം ചെയ്തത്. കുങ്കുമപ്പൂവ്, ഭാഗ്യലക്ഷമി, ഇഷ്ടം, ചന്ദനമഴ, പ്രണയം, അമ്മ, മാളൂട്ടി, മാനസമൈന, ദുർഗ്ഗ, രാത്രിമഴ, തുടങ്ങിയ സീരിയലുകളാണ് ഇതുവരെ ചെയ്തത് അഭിനയം കഴിഞ്ഞാൽ പിന്നെ ഇഷ്ടമുള്ളത് വരയും, പാട്ടുമാണ്. ചിത്തിരതിരുനാൾ അക്കാദമിയിൽ പാട്ട് പഠിച്ചിരുന്നു. നന്നായി പഠിക്കണം ഒപ്പം അഭിനയവും കൂടെ കൊണ്ടുപോകണം എന്നാണ് ആഗ്രഹം.

പഠനവും അഭിനയവും

അമിക: പഠനത്തോടൊപ്പം അഭിനയവും ഒരുമിച്ച് കൊണ്ടു പോകാൻ സാധിക്കുന്നത് വീട്ടുക്കാരുടെയും സ്കൂളിലെയും സപ്പോർട്ടു കൊണ്ടാണ്. പ്രിൻസിപ്പലും, ടീച്ചേഴ്സും കൂട്ടുകാരും വളരെയധികം സഹായിക്കുന്നുണ്ട്.

ജേലിന: സുഗതകുമാരി ടീച്ചറും, ചിത്രചേച്ചിയും പഠിച്ച കോട്ടൺഹിൽ ജി.എച്ച്.എസ്.എസിൽ നാലാംക്ലാസിലാണ് പഠിക്കുന്നത്. ടീച്ചേഴ്സും കൂട്ടുകാരും നല്ല സപ്പോർട്ടാണ്. ക്ലാസ് മിസാകുന്നതിന്റെ നോട്ട്സെല്ലാം കൂട്ടുകാർ തരും. അതുകൊണ്ട് പഠനവും അഭിനയവും ഒരുപോലെ കൊണ്ടുപോകാൻ സാധിക്കുന്നുണ്ട്. എന്റെ അഭിനയം നല്ലതാണെന്ന് ടീച്ചേഴ്സും കൂട്ടുകാരും പറയാറുണ്ട്.

ഇവർ പറഞ്ഞ പോലെ തന്നെ എല്ലായിടത്തു നിന്നും മികച്ച പിന്തുണയാണ് ഞങ്ങൾക്കും എന്ന് ലാൻഡ്വിനും, ലെസ്വിനും, ഗൗതമും സമ്മതിച്ചു.

ലാന്റ്വിൻ: അഭിനയത്തിലേക്ക് കടന്നു വരാൻ കാരണം അമ്മമാരുടെ പ്രോത്സാഹനം ഒന്നു മാത്രമാണ്. പഠനവും അഭിനയവും ഒരുമിച്ച് കൊണ്ടു പോകണം, പഠനം ഉഴപ്പാൻ പാടില്ല അതു മാത്രമാണ് ഒരേയൊരു കണ്ടീഷൻ.



ലാന്റ്വിൻ ക്രിസ്



ഗൗതം

ഗൗതം: എന്റെ പവർഫുൾ സപ്പോർട്ടർ ഡാഡി അപ്പൂപ്പനാണ്. സെറ്റിൽ കൂടെ വരുന്നതും തെറ്റിപ്പോകുന്ന കാര്യങ്ങളൊക്കെ പറഞ്ഞു തരുന്നതും. എന്റെ എല്ലാ കാര്യത്തിലും ശ്രദ്ധയുള്ളയാളാണ് അപ്പൂപ്പൻ.

പരസ്പരം/ വാനമ്പാടി സെറ്റ്

ജെലിന: സെറ്റിൽ എല്ലാവരുമായി കമ്പനിയാണ്. ഡയറക്ടർ സാർ പറഞ്ഞു തരുന്നത് ഏറ്റവും ഭംഗിയായി ചെയ്യുകയെന്നതാണ് പ്രധാനം. സെറ്റിൽ എല്ലാവരുമായി കൂട്ടായതു കൊണ്ട് അഭിനയിക്കാൻ വളരെ എളുപ്പമാണ്. അമ്മയാണ് ഏറ്റവും കൂടുതൽ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നത്. അമ്മയുടെയുടെയും, ചേട്ടൻമാരുടെയും സപ്പോർട്ടാണ് അഭിനയം നല്ലതാക്കാൻ എന്നെ സഹായിക്കുന്നത്.

ഗൗതം: സെറ്റിൽ എല്ലാവരുമായി കമ്പനിയാണ്. ഷൂട്ടിങ്ങിന്റെ ബ്രേക്ക് ടൈമിൽ ഞങ്ങൾ പുറത്തു കറങ്ങാൻ പോകും. രേഖയാന്റിയുമായി ഭയങ്കര



അമിക



ലെസ്‌വിൻ

കൂട്ടാണ്. മിഥുൻ, വൈശാഖ്, വിഷ്ണു എന്നീ ചേട്ടൻമാരും ടേക്കിന്റെ സമയത്ത് ഞങ്ങളെ നന്നായി സപ്പോർട്ട് ചെയ്യും.

ലെസ്‌വിൻ: സൂരജ് അങ്കിളുമായി കൂട്ടാണ്. പിന്നെ (ഒന്നു നിർത്തി, എല്ലാവരെയും നോക്കിയിട്ട്) പപ്പൂസുമായി (ലാന്റ്‌വിൻ) ഫ്രെണ്ട്‌ലിയാണ്. ചേട്ടായിയായതു കൊണ്ടാണ് എന്ന് പറഞ്ഞ് സേഫ് സോണിൽ മറുപടി നൽകി ലാൻഡ് ചെയ്തു.

ലാന്റ്‌വിൻ: രേഖയാന്റിയുടെ ബിരിയാണി സൂപ്പറാണ് ഞങ്ങളെ എല്ലാവരെയും വീട്ടിൽ കൊണ്ടു പോകും ബിരിയാണി വച്ചു തരും. ഫാമിലി സീൻ എടുക്കുമ്പോൾ നല്ല തമാശയാണ്. അങ്ങോട്ടും ഇങ്ങോട്ടും നോക്കി ചിരിപ്പിക്കുക, അങ്ങനത്തെ ചെറിയ ചെറിയ കുട്ടിക്കുറുമ്പുകൾ സംഭവിക്കാറുണ്ട്. ശ്രീനാഥ് അങ്കിളാണ് (സുരേഷ്) പടിപ്പുരവീട്ടിലെ എന്റെ ഫ്രെണ്ട്.

അമിക: എന്റെ കാര്യം പറയാനുണ്ടോ, ഞങ്ങൾ സെറ്റിൽ കുസൃതിയും, കളിയും മേളവുമായി ആഘോഷമാക്കും, പക്ഷേ വഴക്കു കേൾക്കുന്നത് ലാന്റ്‌വിൻ ചേട്ടനാണ്, ആളാണല്ലോ മൂത്തത്. നിനക്ക് എങ്കിലും അടങ്ങിയിരുന്നു കൂടെ എന്ന് സെറ്റിൽ ചോദിക്കാത്ത ദിവസം കാണില്ല. (പറഞ്ഞത് ശരിയല്ലേ എന്ന ഭാവത്തിൽ ലാന്റ്‌വിന്നിനെ ഒന്നു നോക്കി) ഫാമിലി ഫീൽ ആണ് എപ്പോഴും സെറ്റിൽ.

ലാന്റ്‌വിൻ: അതേന്നേ, സ്കൂളിലാണെങ്കിൽ പേരാണ് പ്രശ്നം, ഈ പേരിൽ ഞാൻ മാത്രമേയുള്ളു, അതുകൊണ്ട് എന്ത് വിഷയം ഉണ്ടായാലും, ടീച്ചേഴ്സിനു പെട്ടന്ന് മനസ്സിലാക്കാം. പാവം ഞാൻ. അമ്മയുടെ സെലക്ഷനാണ് ഈ പേര്, ഭൂമി വിജയം എന്നീ രണ്ട് വാക്ക് ചേർത്താണ് പേരിട്ടിരിക്കുന്നത്. സൂപ്പറല്ലേ!

ലെസ്‌വിൻ: എന്റെയും ചേട്ടന്റെയും പേരിൽ സാമ്യമുണ്ട്, ആദ്യം സെറ്റിലെല്ലാവരും കരുതിയത് ഞങ്ങൾ ഒറിജനൽ ചേട്ടനും അനിയനും ആണെന്നാണ്. പിന്നെ ഒരേ നാട്ടുകാരും, ഇന്നസെന്റ് അങ്കിളിന്റെ നാടായ ഇരിങ്ങാലക്കുടയുടെ മുത്തുകൾ.

ലാന്റ്വിൻ: ഞാൻ ഒറ്റയ്ക്കാണ് സെറ്റിൽ സാധാരണ പോകുന്നത്. ഒരു ദിവസം ഇവന്റെ അമ്മ സെറ്റിൽ വന്നു. ഞങ്ങൾ രണ്ടുപേരും ആന്റിയോടു സംസാരിച്ചു കുറച്ചുക്കഴിഞ്ഞ് ഞാൻ മാറിനിന്ന് ഫോൺ ചെയ്യുന്നത് കണ്ട് സെറ്റിലെ ചേട്ടൻ ചോദിച്ചു ആരെയാണ് വിളിക്കുന്നതെന്ന്? ഞാൻ പറഞ്ഞു അമ്മയെ വിളിക്കുവാന്ന്, നിന്റെ അമ്മയല്ലേ ആ നിൽക്കുന്നത്. ഉടനെ ഞാൻ ചേട്ടാ അത് ലെസ്വിന്റെ അമ്മയാ,. എന്റെയല്ലാ എന്നു കേട്ടപ്പോഴാണ് എല്ലാർക്കും വിശ്വാസമായത്. ഞങ്ങൾ തമ്മിൽ യാതൊരു ബന്ധവുമില്ലായെന്ന്. അപൂർവ്വമായ ഒത്തൊരുമിക്കലായിരുന്നു ഞങ്ങളുടേത് എന്നു പറയാം. അല്ലേ അനിയൻക്കുട്ടാ....

ലെസ്വിൻ:അതെ,ചേട്ടൻപറഞ്ഞതുപോലെഒരുപാട് പേർ ചോദിച്ചിട്ടുണ്ട് ഈ ചേട്ടൻ അനിയൻ റിലേഷനെക്കുറിച്ച്.

ഇഷ്ടതാരങ്ങൾ

ജേലിന: ഓരോരുത്തർക്കും വ്യത്യസ്മായ അഭിനയശൈലിയായിരിക്കുമല്ലോ അതിനാൽ പ്രത്യേകിച്ച് ഒരാളെ മാത്രമായി പറയാനില്ല. സിരീലിൽ കറുത്തമുത്തിലെ അക്ഷര കിഷോറിനെ ഒരുപാട് ഇഷ്ടമാണ്.

ഗൗതം: ലാലേട്ടൻ.. പുലിമുരുകൻ സൂപ്പർ (ആവേശത്തിൽ) എന്തു ഭംഗിയാണ് ലാലേട്ടന്റെ അഭിനയം കാണാൻ.

അമിക: അതെ എനിക്കും ലാലേട്ടനെയാണ് ഇഷ്ടം. നടിമാരിൽ മഞ്ജുചേച്ചിയും, ശോഭനചേച്ചിയും. കിലുക്കം, തേന്മാവിൻ കൊമ്പത്ത്, ചിത്രം, ഇതൊക്കെയാണ് ഇഷ്ടപ്പെട്ട സിനിമകൾ.

ലെസ്വിൻ: ഈശ്വരാ എനിക്കും ലാലേട്ടനെയാണേ. പുതിയതായി കണ്ട സിനിമയിൽ വിജയിയുടെ മെർസൽ ഇഷ്ടമായി. നടിമാരിൽ അപർണചേച്ചിയും.

ലാന്റ്വിൻ: എല്ലാരേയും പോലെ തന്നെ എനിക്കും ലാലേട്ടനെയാണ് ഇഷ്ടം. ലാലേട്ടനെ പോലെ വലിയൊരു നടനാകണം എന്നാണ് ആഗ്രഹം

ആരാധകവൃന്ദം

ജേലിന, ലെസ്വിൻ, അമിക: പുറത്തു പോകുമ്പോൾ ഒത്തിരി പേർ വന്നു സംസാരിക്കും. സീരിയൽ വിശേഷങ്ങൾ ചോദിക്കും അമ്മമാരാണ് ആരാധകരിൽ കൂടുതൽ. എല്ലാവരും അഭിനയത്തെക്കുറിച്ച് നല്ല അഭിപ്രായം പറയുന്നതാണ് ഒത്തിരി സന്തോഷം. കൂടെ നിന്ന് സെൽഫി എടുക്കും. അടുത്ത എപ്പിസോഡിന്റെ വിശേഷങ്ങൾ തിരക്കും. എല്ലാവരും വളരെ സ്നേഹത്തോടെ സ്വന്തം കുട്ടിയെപ്പോലെയാണ് കാണുന്നത്. ഒത്തിരി അടുത്ത് അറിയാവുന്നതുപോലെയാണ് സംസാരിക്കുന്നത്.

ഗൗതം: തിരുവനന്തപുരത്തെ അമ്പലത്തിൽ കാവടിയാട്ടം കാണാൻ പോയിരുന്നു. അന്ന് കാവാലം സർ, മല്ലിക സുകുമാരൻ, വിധു പ്രതാവ്, അവരെല്ലാം എത്തിയിരുന്നു. എല്ലാവരും അഭിനയം നല്ലതാണെന്ന് പറഞ്ഞു. പിന്നെ ഒരങ്കിളും മോളും വന്നു പരിചയപ്പെട്ടു. അമ്മമാരാണെങ്കിൽ കെട്ടിപ്പിടിക്കും, ഉമ്മ തരും, കുസൃതിയൊന്നും കാട്ടരുത്, നല്ല കുട്ടിയായിരിക്കണം. നന്നായി പഠിക്കണം എന്നൊക്കെ പറയും.

ലാന്റ്വിൻ: സ്കൂളിൻ നിന്ന് തിരിച്ചു വരുന്ന സമയം (കഥ കേൾക്കാൻ എല്ലാവരും ജാഗരൂകരായി) ബസ്സ്റ്റാന്റിൽ നിൽക്കുമ്പോൾ ഒരു അമ്മാമ്മ വന്നു പരിചയപ്പെട്ടു എന്നിട്ടു പറഞ്ഞു മോന്റെ അടുത്ത് ഒരു കാര്യം പറയാനുണ്ട് മോന്റെ അച്ഛനാന്ന് പറഞ്ഞ് വിളിക്കുന്നത് സുഭാഷ് അല്ല സൂരജ് ആണ് മോനത് മനസ്സിലാക്കണം. ഇതൊക്കെ പറഞ്ഞു നിന്ന് എന്റെയും അമ്മാമയുടെയും ബസ് പോയി. ആളുകൾ സീരിലിലെ കഥ ചിലപ്പോൾ സത്യമാണന്ന് കരുതാറുണ്ട്, അതാവും കാരണം.

ക്രിസ്മസ് ആഘോഷം

ലാന്റ്വിൻ: പുൽക്കൂടും, കരോളും, നക്ഷത്രങ്ങളും, വളരെ എൻജോയിങ്ങായ ഓർമ്മകളാണ് ക്രിസ്മസ് നൽകുന്നത്. വീട്ടിൽ കസിൻസ് എല്ലാവരും പടക്കം പൊട്ടിക്കും കേക്ക് മുറിക്കും, രാത്രിയാഘോഷങ്ങൾ അടിപൊളിയാണ് ഓരോ ക്രിസ്മസും.

ഗൗതം, ജേലിന, ലെസ്വിൻ, അമിക: സെറ്റിൽ നല്ല രസമാണ് കരോൾ ഗാനങ്ങളും, ക്രിസ്മസ് അപ്പൂപ്പനും, കേക്കും, പൂത്തിരി, മത്താപ്പൂ, ആ ദിവസം ഫുൾ ഹാപ്പിയായ ഫീലാണ്. മറക്കാനാവാത്ത ഓർമകളാണ് ഓരോ ക്രിസ്മസും സമ്മാനിക്കുന്നത്.

സ്വപ്നങ്ങൾ

ജേലിന: അഭിനയവും, പഠനവും ഒരുമിച്ച് കൊണ്ടുപോകണം, ആളുകൾ ഓർത്തിരിക്കുന്ന നല്ല കഥാപാത്രങ്ങൾ ചെയ്യണം. നല്ല സിനിമകൾ ചെയ്യണം.

അമിക: ഉപ്പൂപ്പയെപ്പോലെ സിവിൽ സർവീസ് എടുക്കണം (ഹബീബ് മുഹമ്മദ് IAS ആണ് ഗ്രാൻഡ്ഫാദർ) IFS നു ചേരണം. ഒപ്പം അഭിനയവും കൊണ്ടുപോകണം (ഭാവിയിലെ സിവിൽ സർവീസുകാരിയെ എല്ലാവരും ഒന്നു സൂക്ഷിച്ചു നോക്കി, പിന്നീട് ഞങ്ങളുടെ കൂടെ അഭിനയിച്ച ആളാന്ന് പറയാമല്ലോ all the best പറഞ്ഞു എല്ലാവരും)

ഗൗതം: അഭിനയമാണ് ലക്ഷ്യം. നല്ലൊരു നടനാകണം. എന്നാൽ പഠനം മുന്നോട്ട് പോകുകയും വേണം.

ലെസ്വിൻ: എനിക്ക് IPS ഓഫീസർ ആകണം. (ദീപ്തിയമ്മയെ കണ്ടായിരിക്കണം) ഏയ് അല്ല, പിന്നെ ലാലേട്ടന്റെ കൂടെ അഭിനയിക്കണം. അതാണ് ഏറ്റവും വലിയ ആഗ്രഹം.

ലാന്റ്വിൻ: മികച്ചയൊരു അഭിനേതാവ് ആകുക. ബോക്സ് ഓഫീസ്ഹിറ്റുകൾ ചെയ്യണം, നിലവിലുള്ള റെക്കോർഡുകൾ മറികടക്കണം. യാത്രകൾ നടത്തണം പാരീസിൽ പോകണം എന്നാണ് ഇപ്പോഴത്തെ ആഗ്രഹം..

ഈ കുറുമ്പുകളും തമാശകളും ഇവിടെ തീരുന്നില്ല. ഇവരുടെ ആഗ്രഹങ്ങളും, ലക്ഷ്യങ്ങളും നേടിയെടുക്കാൻ മലയാളി കുടുംബങ്ങളുടെ പ്രാർത്ഥനയും ഇവർക്കൊപ്പമുണ്ട്. ●

സോളി മാത്യു



അസൂയയുടെ ചെകുത്താൻ

ഒനിഡയുടെ ശ്രദ്ധിക്കപ്പെട്ട പരസ്യങ്ങളിലൊക്കെ പിശാച് ഒളിഞ്ഞിരിക്കുന്നുണ്ടായിരുന്നു. അത് പരസ്യം കാണുമ്പോൾ തന്റെ ബ്രാൻഡ് ഏതാണെന്ന് വിളിച്ചു പറഞ്ഞുകൊണ്ടിരുന്നു.സാധാരണ മുദ്രകളിൽ നിന്നും വ്യത്യസ്തമായി നെഗറ്റീവ് സ്വഭാവം പുലർത്തുന്നതായിരുന്നു ഈ ഡെവിൾ. എന്നിട്ടും അത് ഏവരുടേയും തോഴനായി. അങ്ങിനെ നെഗറ്റീവിൽ നിന്ന് ഒരു പോസിറ്റീവ് ഫലം ഉണ്ടാക്കാൻ ഈ മുദ്രയ്ക്ക് കഴിഞ്ഞു.

എല്ലാ വികാരങ്ങളിലും വെച്ച് ഏറ്റവും വിഡ്ഢിത്തം നിറഞ്ഞ വികാരമാണ് അസൂയ എന്ന് പറഞ്ഞത് വിശ്വസാഹിത്യകാരനായ ബെൽസാക് ആണ്. ആ അസൂയയെ ഉപയോഗിച്ച് വിപണനം നടത്തിയ ഉല്പന്നമാണ് 'ഒനിഡ ടിവി.'

അസൂയയിൽ നിന്ന് ഒരു ലാഭവും ഉണ്ടാകുന്നില്ല. ഉണ്ടാകുന്നത് സമയനഷ്ടം മാത്രം. അണയ്ക്കുവാൻ ഏറ്റവും എളുപ്പമുള്ള വികാരം അസൂയതന്നെ. എന്നിട്ടും അസൂയ ഒനിഡയ്ക്ക് ഓർമ്മകളും പണവും നൽകി.

അസൂയയുടേയും കുശുമ്പിന്റേയും ശരീരഭാഷ ഒന്നുതന്നെ ആകയാൽ ഇവ പരസ്പരം മാറിപ്പോകും. അസൂയ വളർത്തുന്ന പലതുണ്ട്. സൗന്ദര്യം, ജനസമ്മിതി, ഉടമസ്ഥതാസ്ഥാനം തുടങ്ങിയവ ഇതിൽ പ്രധാനം.

നമുക്ക് അസൂയ തോന്നുക – നമ്മുടെ സമന്മാരായവരോട് മാത്രമാണ്. നാം അറിയാത്തവരോട് നമുക്ക് അസൂയയില്ല. അതുകൊണ്ടുതന്നെയാണ് അസൂയയെ ഏറ്റവും ആത്മാർത്ഥമായ പൊങ്ങച്ചം എന്ന് വിശേഷിപ്പിക്കുന്നത്. ഈ തത്വം ഉപയോഗിച്ചാണ് ഒനിഡയുടെ ഭാഗ്യചിഹ്നമായ ഡെവിൾ പരസ്യത്തിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നത്.

അസൂയയെക്കുറിച്ചൊരു കഥയുണ്ട്. ഒരു കർഷകന് ഒരു മാന്ത്രിക വിളക്ക് ലഭിച്ചു. അതൊന്ന് ഉരസിയപ്പോൾ അതിൽ നിന്നും ഒരു ജിന്ന് പുറത്തു വന്നു. എന്നിട്ട് കർഷകന്റെ ഏതെങ്കിലും ഒരു ആഗ്രഹം സാധിച്ചുകൊടുക്കാമെന്ന് പറഞ്ഞു. കർഷകൻ കുറച്ച് ആലോചിച്ചിട്ട് പറഞ്ഞു. അയൽക്കാരന്റെ പക്കത്തിലുള്ള പശു ചത്തുപോകട്ടെ!

നമ്മിൽ പലരും ഈ കർഷകനെപ്പോലെയാണ്. നമ്മുടെ ജീവിതത്തിലും ഇത്തരം ഒരു അസൂയ മനസ്സിലൂടെ കടന്നുപോയിട്ടില്ലേ? നാമും പച്ചക്കണ്ണുള്ള രാക്ഷസന്റെ ഇരയായിട്ടില്ലേ?

ഈ ഇഷ്ടപ്പെടലാണ് ഒനിഡയുടെ ഡെവിളിനേയും നമ്മുടെ ഇഷ്ടമുദ്രയാക്കിയത്. അങ്ങനെ ഡെവിൾ ഒനിഡയുടെ ഭാഗ്യമുദ്രയായി. അത് നമ്മുടെ സ്വീകരണമുറിയുടെ അലങ്കാരമായി, വൈകാതെ ഒരു വൈകാരിക ഘടകമായി.

ഒനിഡയെ ജനം ആകർഷിക്കുന്ന ബ്രാൻഡായി മാറ്റുന്നതിലും ടെലിവിഷൻ കച്ചവടത്തിൽ വൻ ലാഭമുണ്ടാക്കുന്നതിനും ഈ ചെകുത്താൻ വഹിച്ച പങ്ക് ചെറുതല്ല.

ഉടമയ്ക്ക് അഭിമാനം അയൽക്കാരന് അസൂയ –

എന്ന പരസ്യ വാചകം ഡെവിളിന്റെ ചിത്രത്തോടൊപ്പം പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടപ്പോൾ ഒനിഡ ഏറെ ശ്രദ്ധിക്കപ്പെട്ടു.

ഏതു ഭാഗ്യമുദ്രയും ബ്രാൻഡിനെ ഓർമ്മപ്പെടുത്തുക എന്ന ദൗത്യമാണ് മുഖ്യമായും നിർവ്വഹിക്കുന്നത്. ഇങ്ങനെയാണ് ബ്രാൻഡിന് ഊർജ്ജം പകരുന്ന ഉപഭോക്തൃ ഓർമ്മകളായി ഭാഗ്യമുദ്രകൾ വളരുന്നത്. ഈ ലക്ഷ്യത്തോടെ ത്തന്നെയാണ് ബ്രാൻഡുകൾക്കൊപ്പം ഇത്തരം ചിഹ്നങ്ങളും സൃഷ്ടിക്കുന്നത്. ബ്രാൻഡിനെ ഓർമ്മപ്പെടുത്താനുള്ള ഏറ്റവും ലളിതമായ രൂപം.

മറ്റെല്ലാ വികാരങ്ങളേയുംപോലെ അസൂയയുടെ വേരുകളും ഒരു പരിണാമത്തിന്റെ ഘട്ടത്തിലാണ്. നാം മറ്റുള്ളവരെ താരതമ്യം ചെയ്യുന്നത് നിർത്തിയാൽ അസൂയ അപ്രത്യക്ഷപ്പെടും.

ടെലിവിഷൻ ഒരു ആഡംബരവസ്തു അല്ലാതായതോടെ വൈകാരിക ചിഹ്നമായി മാറിയ ഡെവിളിന് അതിന്റെ പ്രസക്തിയും നഷ്ടപ്പെട്ടു. ടെലിവിഷൻ ഇന്നൊരു ലക്ഷ്വറിയല്ല. അവശ്യ സാധനങ്ങളുടെ നിരയിലാണ് അതിന്റെ സ്ഥാനം. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ടെലിവിഷൻ കാണുമ്പോൾ അത് കൈവശമില്ലാത്തവർക്ക് അസൂയ തോന്നുന്ന കാലം കഴിഞ്ഞു.

ഇത് കാലങ്ങളായി ഈ പരസ്യവുമായി ഇഴുകിച്ചേർന്ന ഉപഭോക്താവിന് ഉൾക്കൊള്ളാനാകുമോ? ഇത്തരം മുദ്രകൾ ബ്രാൻഡുകളുടെ ഭാഗം തന്നെയല്ലോ? അതുകൊണ്ടുതന്നെയല്ലെ, ഉപേക്ഷിക്കപ്പെട്ട രാജാവിനെ, തിരികെ കൊണ്ടുവരേണ്ടി വന്നത്?

ഒനിഡയുടെ ശ്രദ്ധിക്കപ്പെട്ട പരസ്യങ്ങളിലൊക്കെ പിശാച് ഒളിഞ്ഞിരിക്കുന്നുണ്ടായിരുന്നു. അത് പരസ്യം കാണുമ്പോൾ തന്റെ ബ്രാൻഡ് ഏതാണെന്ന് വിളിച്ചു പറഞ്ഞുകൊണ്ടിരുന്നു.

സാധാരണ മുദ്രകളിൽ നിന്നും വ്യത്യസ്തമായി നെഗറ്റീവ് സ്വഭാവം പുലർത്തുന്നതായിരുന്നു ഈ ഡെവിൾ. എന്നിട്ടും അത് ഏവരുടേയും



തോഴനായി. അങ്ങനെ നെഗറ്റീവിൽ നിന്ന് ഒരു പോസിറ്റീവ് ഫലം ഉണ്ടാക്കാൻ ഈ മുദ്രയ്ക്ക് കഴിഞ്ഞു.

പുഴയിലൂടെ ധാരാളം വെള്ളം ഒഴുകിപോയി. ഗ്ലോബലൈസേഷന്റെ വാതിലുകൾ തുറക്കപ്പെട്ടു. ഡെവിൾ എന്ന ഭാഗ്യമുദ്രയെ ഒനിഡയും കൈവിട്ടു എന്നിട്ടും ഈ പിശാച് ഉപഭോക്താക്കളുമായി ഇന്നും നിലനിൽക്കുന്നു.

അപ്പോൾ അസൂയപ്പെടുന്നതിലും 'അത്രകുഴപ്പമില്ല' എന്നു പറയുന്നതിൽ തെറ്റുണ്ടോ?



ബോബൻ കൊള്ളന്നൂർ
bobankollannur@gmail.com

പുസ്തക പരിചയം

ചിരി പണം സന്തോഷം

- by ബോബൻ കൊള്ളന്നൂർ



ഏറ്റവും നല്ല സംരംഭകനുള്ള ദേശീയ അവാർഡ് ജേതാവ് ബോബൻ കൊള്ളന്നൂരിന്റെ മൂന്നാമത്തെ പുസ്തകമാണ് 'ചിരി പണം സന്തോഷം'. വ്യവസായ രംഗത്തെ പ്രശ്നങ്ങളുടെ വിലയിരുത്തലുകൾ, പരമ്പരാഗത വ്യവസായങ്ങളുടെ പ്രതിസന്ധികൾ മറികടക്കാനുള്ള മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശങ്ങൾ എന്നിവ ലേഖനങ്ങളിൽ ഉൾപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു. സ്റ്റാർട്ട്പ് ഇന്ത്യ സ്റ്റാന്റപ്പ് ഇന്ത്യ യുവസംരകരുടെ മനോഭാവവും തീരുമാനങ്ങളും എത്തരത്തിലായിരിക്കണമെന്ന് പുസ്തകം പറയുന്നു. വാണിജ്യവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട നിരവധി വിഷയങ്ങൾ ഈ പുസ്തകത്തിൽ പരാമർശിക്കുന്നു. വിപണിയിലെ സമരം, പരസ്യത്തിന്റെ തന്ത്രങ്ങൾ, വ്യവസായവകുപ്പിന്റെ കാലഹരണപ്പെട്ട നയങ്ങൾ, പുതിയ തൊഴിൽ നിയമങ്ങൾ, ബ്രാൻഡിങ്ങിന്റെ ആവശ്യകത, 'ബൈ നതിങ് ഡേ' എന്ന പുത്തൻ അനാസക്ത സമരം, ഉപഭോക്താവിന്റെ തൃപ്തി എന്നിങ്ങനെ ഒട്ടനവധി വിഷയങ്ങളേക്കുറിച്ചുള്ള ആധികാരികമായ വിലയിരുത്തലുകളും നിരീക്ഷണങ്ങളും കൊണ്ട് സമ്പന്നമാണ് ഈ പുസ്തകം.ഒരു വ്യവസായ സംരംഭകൻ അയാളുടെ ബിസിനസ് കാഴ്ചപ്പാടുകളും ആകാംഷകളും വിഹ്വലതകളും നർമ്മത്തിൽ ചാലിച്ച് അവതരിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നു. മെന്റർ ബുക്ക്സ് പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്ന ഈ പുസ്തകത്തിന് 150 രൂപയാണ് വില.

Classroom



അഡ്വർട്ടൈസിംഗ്, മാർക്കറ്റിംഗ് മേഖലകളിലേക്ക് കടന്നുവരുന്ന നവാഗതർക്കും വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും പ്രയോജനപ്പെടുത്താവുന്ന ഒരു പംക്തി. ഓരോ ലക്കവും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നവർക്ക് ഭാവിയിൽ ടെക്സ്റ്റ്ബുക്കായി ഉപകരിക്കും.

ഉപഭോക്താവിന്റെ പെരുമാറ്റങ്ങൾ

വ്യക്തികൾ അവരുടെ പണം, സമയം, പ്രയത്നം എന്നിവ ഉപയോഗ വസ്തുക്കൾക്കു വേണ്ടി ചെലവഴിക്കുവാൻ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുന്നത് എങ്ങനെയെന്ന് പഠിക്കുന്നതിനെയാണ് ഉപഭോക്തൃ ചേഷ്ടാപഠനം എന്നുപറയുന്നത്.

നാഗരിക പരിഷ്കൃതിയുടെ സിരാകേന്ദ്രമാണ് ഇന്ന് ഇന്ത്യയിലെ മിക്കവാറും എല്ലാ മഹാത്മാഗാന്ധി റോഡുകളും. ആധുനികത ഞെരുക്കികളഞ്ഞ ഒരു രാഷ്ട്രസങ്കൽപ്പത്തിന്റെ ശുഷ്കശിഷ്ടം പോലെ ആ റോഡുകളെല്ലാം എം.ജി. റോഡ് എന്നാണ് പ്രശസ്തം.

എറണാകുളത്ത് എം.ജി.റോഡിലേക്ക് വരിക. ഒരറ്റം മുതൽ മറ്റേ അറ്റം വരെ ചുറ്റുപാടും നിരീക്ഷിച്ച് പതുക്കെ നടക്കുക. സമയം രാത്രി ഏഴുമണി. ഉത്താരധുനികമായ ഒരു നഗരത്തിന്റെ സ്പന്ദനങ്ങൾ നിങ്ങൾ തൊട്ടറിയും. എല്ലാ വ്യാപാരശാലകളും ഇംഗ്ലീഷ് ഭാഷയിൽ മാത്രം തങ്ങളുടെ സ്ഥാപന നാമങ്ങൾ എഴുതിവെച്ചിരിക്കുന്നത് വായിച്ചുകൊണ്ട് നടക്കുമ്പോൾ നിങ്ങൾ വെറുതെ ഓർമ്മിച്ചേക്കാം. അമ്പത് വർഷം മുമ്പ്, ഇവയെല്ലാം തന്നെ മലയാളഭാഷയിൽ ആയിരുന്നുവല്ലോ എന്ന്.

ഉപഭോക്താവ് മാറുമ്പോൾ കമ്പോളവും മാറുന്നു. അതാണ് കമ്പോളത്തിന്റെ നീതിശാസ്ത്രം. മാത്രമല്ല, ഉപഭോക്താവ് കമ്പോളവുമായി എങ്ങനെയെല്ലാം ഇടപെടുന്നു എന്ന് നിരീക്ഷിച്ച് പഠിക്കുകയും അയാളുടെ പെരുമാറ്റങ്ങളെ എങ്ങനെയൊക്കെ സ്വാധീനിക്കാം എന്ന് ഗവേഷണങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടുകയും ചെയ്യുന്നു. അതുകൊണ്ട്, സ്വർണം പണയത്തിൻമേൽ പണം കടം കൊടുക്കപ്പെടും എന്ന് ബോർഡ് മാത്രം മലയാളത്തിൽ കാണുമ്പോൾ നാം അത്ഭുതപ്പെടുകയില്ല.

എം.ജി.റോഡിലെ പ്രശസ്തമായ ഒരു സൂപ്പർ മാർക്കറ്റിലേക്ക് നിങ്ങൾ കയറുന്നു എന്ന് സങ്കൽപ്പിക്കുക. അതിനുള്ളിൽ അൽപനേരം ചുറ്റിനടന്ന് നമുക്ക് അവിടെനിന്ന് സാധനങ്ങൾ വാങ്ങാൻ എത്തിയിരിക്കുന്ന ആബാലവൃദ്ധം ജനങ്ങളെ ഒന്നു ശ്രദ്ധിക്കാം. ഉപഭോക്താവിന്റെ പെരുമാറ്റരീതികൾ നിരീക്ഷിക്കാം, എന്ന് ശാസ്ത്രഭാഷ.

തുറസായ സ്ഥലത്ത്, ആകർഷകമായ രീതിയിൽ, ഉത്പന്നങ്ങൾ പ്രദർശിപ്പിച്ചിരിക്കുകയാണ്. അവിടെ പച്ചക്കറികൾ തോട്ടത്തിൽ നിന്ന് ഇപ്പോൾ പറിച്ചെടുത്ത പുതുമയോടെ ഒരിടത്ത്, സോപ്പുകൾ, പൗഡറുകൾ, ബിസ്ക്കറ്റുകൾ, അച്ചാറുകൾ എന്നിങ്ങനെ വ്യത്യസ്തമായ ഉത്പന്നങ്ങൾ ഓരോ ഭാഗത്തായി തരംതിരിച്ച് അടുക്കിവെച്ചിരിക്കുകയാണ്. എല്ലാറ്റിനുമുണ്ട് ഒരടുക്കും ചിട്ടയും.

സാധനങ്ങൾ വാങ്ങുവാനായി അവിടെയെത്തിയിരിക്കുന്ന ഉപഭോക്താവിന്റെ പെരുമാറ്റരീതികൾക്ക് ഒരടുക്കും ചിട്ടയും ഉണ്ടോ? ആവേശത്തോടെ, കൈയിൽ പിടിച്ചിരിക്കുന്ന പ്ലാസ്റ്റിക് ബാസ്കറ്റിലേക്ക് എല്ലാം ആയാൾ വാരി വലിച്ചിടുകയാണോ? അതോ, അയാൾ ചില മുൻകൂർ തീരുമാനങ്ങൾ എടുത്തിട്ടുണ്ടോ? തന്റെ ഈ പ്രക്രിയയിൽ അയാൾ എന്തുമാത്രം ആഹ്ലാദിക്കുന്നുണ്ട്? തന്റെ തെരഞ്ഞെടുപ്പ് ശരിയാകുമ്പോൾ അയാൾ അഭിമാനിക്കുന്നുണ്ടോ? തെറ്റിപ്പോകുമ്പോൾ പരിതപിക്കുന്നുണ്ടോ?

ഇത്തരം നൂറ് കണക്കിന് ചോദ്യങ്ങൾക്ക് ഉത്തരം കണ്ടെത്താനുള്ള ശ്രമം പുതിയൊരു വിജ്ഞാനശാഖയ്ക്ക് രൂപം നൽകി. അതാണ് കൺസ്യൂമർ ബിഹേവിയർ അഥവാ ഉപഭോക്തൃ ചേഷ്ടകൾ. പാശ്ചാത്യകലാശാലകളിൽ ഇതൊരു പാഠ്യവിഷയമാണ്. മാറിവരുന്ന സാമൂഹിക സാമ്പത്തിക ക്രമങ്ങൾക്ക് അനുസൃതമായി ഉപഭോക്തൃ ചേഷ്ടാസിദ്ധാന്തങ്ങൾക്കും മാറ്റങ്ങൾ വരുന്നുണ്ട്.

പരസ്യകലാരംഗവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും കലാകാരന്മാർക്കും ഈ വിജ്ഞാനശാഖയുമായി വളരെ നല്ല അടുപ്പം ഉണ്ടായിരിക്കേണ്ടതാണ്. എന്നാൽ കേരളത്തിലെ പരസ്യരംഗം ഉപഭോക്തൃചേഷ്ടാ സിദ്ധാന്തങ്ങൾ അവഗണിക്കുകയാണ് പതിവ്.

ഉപഭോക്തൃ ചേഷ്ടാപഠനം

വ്യക്തികൾ അവരുടെ പണം, സമയം, പ്രയത്നം എന്നിവ ഉപയോഗ വസ്തുക്കൾക്കു വേണ്ടി ചെലവഴിക്കുവാൻ തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുന്നത് എങ്ങനെയെന്ന് പഠിക്കുന്നതിനെയാണ് ഉപഭോക്തൃ ചേഷ്ടാപഠനം

എന്നുപറയുന്നത്. വ്യക്തികൾ എന്ത് വാങ്ങുന്നു. എന്തുകൊണ്ട് വാങ്ങുന്നു, എപ്പോൾ വാങ്ങുന്നു, എവിടെ നിന്ന് വാങ്ങുന്നു. എപ്പോഴെല്ലാം വാങ്ങുന്നു, എപ്പോഴെല്ലാം ഉപയോഗിക്കുന്നു. എന്നിവയെല്ലാം ഈ പഠനത്തിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു.

കുളിക്കുവാനുള്ള സോപ്പ് എന്ന സാധാരണ ഉത്പന്നം ഉദാഹരണമായി എടുക്കുക. സോപ്പിന്റെ ഉപഭോക്താക്കളുടെ പെരുമാറ്റരീതികൾ പഠിക്കുമ്പോൾ ഏതു തരം സോപ്പുകളാണ് അവർ വാങ്ങുന്നത്. (സുഗന്ധമുള്ളത്, ആയുർവേദം, സുതാര്യമായത്, അണുനാശിനിയുള്ളത് ഇത്യാദി) ഏത് ബ്രാൻഡ് ആണ് വാങ്ങുന്നത് (ദേശീയ ബ്രാൻഡ്, അന്തർദേശീയ ബ്രാൻഡ്, പ്രാദേശിക, സ്വകാര്യ ബ്രാൻഡ് മുതലായവ) എന്തിനുവേണ്ടി അവർ ഇതു വാങ്ങുന്നു. (ചർമ്മസംരക്ഷിക്കുന്നതിന്, ചർമ്മത്തിന് തിളക്കം ഉണ്ടാകുന്നതിന്, ശരീരദുർഗന്ധം ഇല്ലാതാക്കുന്നതിന്) എവിടെ നിന്ന് അവർ അത് വാങ്ങുന്നു (മുറുക്കാൻ കടയിൽ നിന്ന്, പലചരക്കു കടയിൽ നിന്ന്, സൂപ്പർമാർക്കറ്റിൽ നിന്ന്, സ്റ്റേഷനറി കടയിൽ നിന്ന്) എപ്പോഴെല്ലാം അതുപയോഗിക്കുന്നു. (രണ്ടു നേരം കുളിക്കുമ്പോൾ, കൈകഴുകുമ്പോൾ, ഒരു നേരം കുളിക്കുമ്പോൾ, മുഖം കഴുകുമ്പോൾ) എപ്പോഴെല്ലാം വാങ്ങുന്നു (ആഴ്ചതോറും, രണ്ടാഴ്ച കൂടുമ്പോൾ, മാസത്തിലൊന്ന്) എന്നിവയെല്ലാം പഠിക്കേണ്ടി വരുന്നു. കമ്പ്യൂട്ടർ പോലെയുള്ള ഒരു ഉത്പന്നം എടുക്കുക. വീടുകളിലെ ആവശ്യത്തിനായി എത്രപേർ കമ്പ്യൂട്ടർ വാങ്ങുന്നുണ്ട്? അവർക്കുവേണ്ട ഉത്പന്ന സവിശേഷതകൾ എന്തെല്ലാമാണ്? അവരാഗ്രഹിക്കുന്ന പ്രയോജനങ്ങൾ എന്തെല്ലാമാണ്? കാലാകാലം അവർ തങ്ങളുടെ കമ്പ്യൂട്ടറുകളുടെ പ്രവർത്തശേഷി വർദ്ധിപ്പിക്കാറുണ്ടോ? ഇത്തരം വ്യത്യസ്തമായ ചോദ്യങ്ങളും ഉപഭോക്തൃ ചേഷ്ടാപഠനങ്ങളുടെ ഭാഗമായി വരും.

ഇനി നിങ്ങൾ ഒരു കാറ് വാങ്ങുന്നു എന്ന് സങ്കൽപ്പിക്കുക. ഒട്ടുനാളത്തെ ആലോചനകൾക്കും അന്വേഷണങ്ങൾക്കും ശേഷമാണ് നിങ്ങൾ ഒരു ചെറിയ കാറ് വാങ്ങിയത്. എന്നാൽ ആ കാറ് നിരന്തരം കേടാകുകയും നിങ്ങൾക്ക് ഉചിതമായ സേവനം കാറിന്റെ നിർമ്മാതാക്കളിൽ നിന്ന് ലഭിക്കുകയും ചെയ്യുന്നില്ലെങ്കിലോ? നിങ്ങൾ നിങ്ങൾക്ക് പരിചയമുള്ളവരോടെല്ലാം ആ കാറിനെ ചീത്ത പറയും. ഉപഭോക്താവ് എന്ന നിലയിൽ നിങ്ങൾ അനുഭവിക്കുന്ന അസംതൃപ്തികൾ മറ്റ് പലരുടെയും അസംതൃപ്തികളായി മാറുമെന്ന് സാരം. വിൽപനാനന്തരമുള്ള ഉപഭോക്താക്കളുടെ അസംതൃപ്തികളും ഉപഭോക്തൃ ചേഷ്ടാപഠനത്തിന്റെ മേഖലയിൽ പെടും. ●



പ്രൊഫ. ജോസി ജോസഫ്
മീഡിയ സയൻസിൽ അക്കാദമിക് വിദഗ്ദ്ധൻ

Classroom



Financing Risk Bearing and Standardisation

The object of marketing and its functions is to promote harmony and bring about an equilibrium between production and consumption. This equilibrating function is essential on account of: (i) the various disparities that exist in the quality and quantity of the products and (ii) the various lags that are present in the marketing process such as those of time and place. The functions necessary to remove these disparities are the inevitable concomitants for the economic progress of a country. The efficiency of an economy, in fact ultimately rests on the growth of its marketing system.

Numerous functions have to be performed in order to resolve these lags, which have recently been growing in complexity. Chief of these are transport, warehousing, finance, risk taking and standardization. These functions, on the basis of their importance and close relationship with the process of marketing are classified into three: Functions of Exchange, Functions of Physical Supply, and Facilitating Functions. The relative importance of these functions varies greatly according to the social and economic conditions and the existing marketing facilities on the one hand and the nature of the product on the other. The third group of functions, though essential, is treated as an 'auxiliary' or 'ancillary' function only. This is because, their presence in the process of marketing remains as an undertone. Furthermore, their involvement in the marketing functions is inert and indirect. Yet their necessity cannot be ignored as they are helpful in resolving the various lags between production and consumption created by time, quantity and quality elements. The facilitating functions are: Financing, Risk-bearing and Standardisation.

FINANCE

Finance is the life-blood of any industrial or commercial undertaking and is an essential element for every kind of business activity. "In a modern money using economy, finance may be defined as the provision of money at the time it is wanted. To Byron the great poet.," ready money is Aladin's lamp".

A business requires finance for many purposes. From the moment an organization is born, finance is required for varied purpose till its death. One of such purpose is marketing, a process which requires adequate and enough finance. (The process of providing finance to the business as a whole is known as Business Finance). The process of procuring the necessary finance for marketing activity is a branch of business finance and is termed as 'Marketing Finance'.

In marketing, finance has become a subject of special interest to the producer as well as to the wholesaler and retailers. Like manufacturing concern, a marketing enterprise also requires Fixed Capital as well as working Capital. But the need for fixed capital is comparatively lower than that of the working capital in marketing finance.

Fixed Capital

The finance required for acquiring fixed assets such as land, plant and machinery, is known as fixed capital. These are long term investments and finance needed for this purpose is not recurring in nature. In other words, the fixed capital is meant for satisfying needs of fixed or permanent nature of a business. The fixed capital is money in a relatively permanent form and is not very often converted into cash. Simply stated, capital (money) used for acquiring fixed assets is known as Fixed Capital.

In the case of marketing finance, fixed capital is required for the following: provision of showrooms, service centers, warehouses, automobiles and other assets necessary for distribution of products etc.

Working Capital

The requirement of working capital is recurring in nature. It is required for holding stock of raw materials, stores (inventors), finished and partly finished products, making day – to-day expenditure such as wages, salaries, rents, rates, advertisements expense etc. The importance of such capital has increased and is more relevant in the

present day context where production is based on anticipation of demand. Goods are invariably not sold at the time they are manufactured and there exists a gap between production and ultimate sale. Moreover, it takes time for the goods to reach the consumers and the replenishment of capital invested is delayed. The capital temporarily raised to meet this situation is denoted as working capital. It is also termed as circulating capital or floating capital. It is termed as circulating capital, because either it is held in the form of cash or that kind of assets which could be easily converted into cash. It is dynamic and more liquid in nature than fixed capital which is more or less static. It is revolving in nature and hence required only short- term help. Thus the need for working capital is met out of short- term funds.

The need and requirements for working capital may be narrated as follows:

To carry on the production and selling functions smoothly

To meet style and fashion changes confidently

To meet seasonal variations in demand profitably

To carry stocks from a period of low return to a better period.

Though the nature of fixed and working capital is different an intimate relationship does exist between the two. They are complimentary and supplementary to one another. For example, when an obsolete fixed asset is sold the proceeds become working capital, and when the surplus (profit) is realized a part of it may be used for acquiring fixed assets. However, this does not mean that the relationship is always of a fixed nature. It may change from industry to industry and from season and is based on various factors. For example, capital intensive industries require more fixed capital than labour intensive industries and vice versa.

Basis for Requirements of working capital

The quantitative and qualitative requirements of working capital are assessed on the basis of the following considerations:

1. Whether the industry is capital- intensive or labour- intensive- working capital requirement is more in the latter case.

2. The volume of business transacted- larger the volume, the working capital need will be more.

3. The nature of production and products- if seasonal in character they require more working capital. In such cases the stocks are to be held over long periods.

4. The rate of stock turnover- Fast moving products require lesser amount of working capital.

5. The length or duration of the process of production – longer the duration more would be the need for working capital.

6. Terms of credit- sale of durable goods require provision of liberal credits to consumers. This will lock up the funds of the manufacturer which is to be replenished with the help of outside sources. If credit is available for purchase of raw materials, to that extent the manufacturer is relieved from the temporary need for working capital requirements.

7. The liquid nature and varied marketing potentialities of a product- monopoly position of a product reduces the need for working capital.

Kinds of Working Capital

Though working capital is quantitatively flexible in nature the need for it is permanent. Hence, at least a part of the working capital could be described as regular or fixed. The remaining, a greater proportion of course, may be fluctuating or variable.

A. Regular or permanent working capital: The assessment of regular working capital is more or less easy. Every manufacturer from his own records could calculate the necessary amount required from the point of production to the point of sale and its remittance. The total amount of funds required for keeping current assets like cash raw materials and finished goods, account receivables and account payables etc. will represent the amount of working capital, required. This is exactly the 'Permanent working capital required', so long as the levels of production, sales and prices remain unchanged. This working capital is permanent just like the fixed capital. The total amount will not alter even though changes may occur in the form or shape of the current assets. They may flow in and flow out, but in terms of total monetary units they remain approximately the same. As such, the same source for fixed capital should be used on meet the permanent working capital needs also. For this purpose, issue of shares or long term, credits on the basis of sale of debentures or bounds should be adopted. Short term borrowings, as far as possible, should be avoided for obtaining permanent working capital.

Regular or permanent working capital can be divided into two: Primary working capital and normal working capital

(i). Primary Working capital: This represents that part if the working capital which is irreducible any further. It is the basic minimum working capital required for keeping raw materials, to make payments of expenses like wages, rents etc. The regular credits allowed to wholesalers and retailers etc. also need somewhat permanent funds. The total value of these basic minimum current assets represents the amount of working capital called Primary Working Capital. This portion of the working capital is as permanent as the fixed capital.

(ii). Normal Working Capital: This represents the working capital required to maintain the operations of a company at an average normal level during a period in which business conditions are normal. These average normal requirements may be different for different periods. But here also a manufacturer would be able to assess the requirement in somewhat fixed terms. From experience he knows what are the periods in which seasonal demand becomes greater and hence has to increase the production. In other words, the changes in the level of production, the need for working capital and also the period for which it is needed are all well within the anticipation of a manufacturer. Though this need is not permanent there is some regularity in its requirement.

As stated earlier, both primary and normal working capitals taken together represent the Regular or Permanent Working Capital. The source from which this need is met also, therefore, should be permanent. The funds must only be obtained on the basis of long-term securities- shares and debentures and from the retained earnings (past profits). ●



ക്യാമറ എങ്ങനെ ഉപയോഗിക്കാം

പ്രഫഷണൽ ക്യാമറകളും അവയുടെ വിവിധ ആക്സസറികളും വിദഗ്ദ്ധമായി ഉപയോഗിക്കണമെങ്കിൽ അതിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങളെപ്പറ്റി ശാസ്ത്രീയമായി അറിഞ്ഞിരിക്കേണ്ടത് അനിവാര്യമാണ്. അവയെക്കുറിച്ച് വിശദമായി പ്രതിപാദിക്കുന്ന ലേഖനപരമ്പര.

Select AF area selection mode

ഷൂട്ടിംഗിനുള്ള സൗകര്യത്തിനനുസരിച്ച് സെലക്ട് ചെയ്യാവുന്ന AF ഏരിയാ സെലക്ഷൻ മോഡുകൾക്ക് നിയന്ത്രണം വരുത്താവുന്നതാണ്. മോഡ് ഡയൽ സ്വിച്ച് തിരിച്ച് ഒരു സെലക്ഷൻ മോഡ് തെരഞ്ഞെടുക്കുക. സെറ്റിംഗ് ബട്ടൺ പ്രസ് ചെയ്ത് ചെക് മാർക്ക് രേഖപ്പെടുത്തുക. പിന്നീട് OK സെലക്ട് ചെയ്ത് സെറ്റിംഗ് രജിസ്റ്റർ ചെയ്യുക.

Manul Select : Spot AF

സിങ്കിൾ പോയിന്റ് AF ലും ചെറിയ AF പോയിന്റ് ഉപയോഗിച്ച് പിൻ പോയിന്റ് ഫോക്കസിംഗ് സാധ്യമാക്കുന്നു.

Manual Selection :1pt AF

ഒരു AF പോയിന്റിന്റെ സെറ്റിംഗ് സെലക്ട് ചെയ്യാൻ ഈ സെറ്റിംഗിന് കഴിയും.

Expand AF area: Surround

ക്യാമറ മാനുവലായി സെലക്ടു ചെയ്ത AF പോയിന്റും തൊട്ടടുത്തുള്ള AF പോയിന്റുകളും (മുകളിലും താഴെയും, ഇടത്തും വലത്തും) ഉപയോഗിച്ച് ഫോക്കസ് ചെയ്യുന്നു.

Manual Select: Zone AF

പോക്കസിംഗിനായി 61 AF പോയിന്റുകളെ 9 സോണുകളായി തിരിച്ചിരിക്കുന്നു.

Auto Selection: 61 pt AF

എല്ലാ AF പോയിന്റുകളും ഫോക്കസിംഗിനുപയോഗിക്കുന്നു.

AF area selection method

Hmn ഏരിയാ സെലക്ഷൻ മോഡ് ഈ മെതേഡിൽ സെറ്റു ചെയ്യാൻ സാധിക്കും.

M-Fn button

AF പോയിന്റ് സെലക്ഷൻ ബട്ടൺ പ്രസ് ചെയ്തതിനു ശേഷം ഓരോ പ്രാവശ്യവും മൾട്ടി ഫംഗ്ഷൻ ബട്ടൺ പ്രസ് ചെയ്യുമ്പോൾ AF ഏരിയാ സെലക്ഷൻ മോഡ് മാറുന്നു.

Main Dial

AF പോയിന്റ് സെലക്ഷൻ ബട്ടൺ പ്രസ് ചെയ്തതിനു ശേഷം മെയിൻ ഡയൽ തിരിക്കുമ്പോൾ AF ഏരിയാ സെലക്ഷൻ മോഡ് മാറുന്നു.

Orientation linked AF point

ഏരിയാ സെലക്ഷൻ മോഡിന്റെ സെറ്റിംഗുകൾ ആവശ്യാനുസരണം മാറ്റാവുന്നതാണ്. വെർട്ടിക്കൽ ഷൂട്ടിംഗിനും ഹൊറിസോണ്ടൽ ഷൂട്ടിംഗിനും പ്രത്യേകമായി AF പോയിന്റ് സെലക്ട് ചെയ്യാൻ കഴിയും.

Same for both vert/horiz.

വെർട്ടിക്കൽ ഷൂട്ടിംഗിനും ഹൊറിസോണ്ടൽ ഷൂട്ടിംഗിനും ഓരേ AF ഏരിയാ സെലക്ഷൻ മോഡും മാനുവലായി സെലക്ട് ചെയ്ത AF പോയിന്റും (സോൺ) ഉപയോഗിക്കുന്നു.

Select seperate AF points

ക്യാമറയുടെ ഓറിയന്റേഷന് അനുസരിച്ച് AF ഏരിയാ സെലക്ഷൻ മോഡും മാനുവലായി സെലക്ട് ചെയ്ത AF പോയിന്റും പ്രത്യേകമായി സെറ്റു ചെയ്യാവുന്നതാണ്. (1. ഹൊറിസോണ്ടൽ, 2. വെർട്ടിക്കലായി മുകളിലുള്ള ക്യാമറ ഗ്രിപ്പ് വരെ, 3. വെർട്ടിക്കലായി താഴെയുള്ള ക്യാമറ ഗ്രിപ്പ് വരെ)

Manual AF point selection pattern

മാനുവലായി AF പോയിന്റ് സെലക്ട് ചെയ്യുമ്പോൾ ഔട്ടർ എഡ്ജിൽ നിന്നു പോവുകയോ എതിരെയുള്ള AF

പോയിന്റിലേക്ക് നീങ്ങുകയോ ചെയ്യാം. 61 പോയിന്റ് ഓട്ടോമാറ്റിക് സെലക്ഷൻ AF, സോൺ AF എന്നിവയൊഴികെ AF ഏരിയാ സെലക്ഷൻ മോഡുകളിൽ ഈ ഫംഗ്ഷൻ പ്രവർത്തിക്കുന്നു.

Stops at AF area edges

പലപ്പോഴും AF പോയിന്റ് എഡ്ജുവരെ ഉപയോഗിക്കേണ്ട സാഹചര്യങ്ങളിൽ ഈ സെറ്റിംഗ് സൗകര്യപ്രദമാണ്.

Continuous

സെലക്ട് ചെയ്ത AF പോയിന്റ് ഔട്ടർ എഡ്ജിൽ നിൽക്കേണ്ടതിനു പകരം എതിർവശത്തേയ്ക്ക് തുടരുന്നു.

AF point display during focus

AF പോയിന്റുകൾ സെറ്റുചെയ്ത് ഡിസ്പ്ലേ ചെയ്യാനും ഓഫാക്കാനും സാധിക്കും. 1. AF പോയിന്റുകൾ സെലക്ട് ചെയ്യുമ്പോൾ, 2. ക്യാമറ ഷൂട്ട് ചെയ്യുന്നതിന് റെഡിയായിരിക്കുമ്പോൾ (AF ഓപ്പറേഷന് മുൻപ്), 3. AF ഓപ്പറേഷൻ നടക്കുന്ന സമയം. 4. ഫോക്കസിംഗ് നടക്കുന്ന സമയം.

Selected (Constsnt)

സെലക്ട് ചെയ്ത AF പോയിന്റുകൾ എപ്പോഴും ദൃശ്യമാകുന്നു.

All (constant)

61 AF പോയിന്റുകളും എപ്പോഴും ദൃശ്യമാകുന്നു.

Selected (pre-AF, focused)

സെലക്ട് ചെയ്ത AF പോയിന്റുകൾ മുൻപ് പറഞ്ഞിട്ടുള്ള 1,2,4 എന്നീ അവസ്ഥകളിൽ ദൃശ്യമാകുന്നു.

Off:Disable display

സെലക്ട് ചെയ്ത AF പോയിന്റുകളും 2,3,4 എന്നീ കണ്ടീഷനുകളും ദൃശ്യമാകുന്നില്ല

VF display illumination

വ്യൂ ഫൈൻഡറിലുള്ള AF പോയിന്റുകളും ഗ്രിഡും ഫോക്കസിംഗ് നടക്കുമ്പോൾ ചുവപ്പു നിറത്തിൽ ഇല്യുമിനേറ്റ് ചെയ്യുന്നു.

AUTO: Auto

AF പോയിന്റുകളും ഗ്രിഡും വെളിച്ചക്കുറവുള്ള സാഹചര്യത്തിൽ ചുവപ്പു നിറത്തിൽ ഇല്യൂമിനേറ്റ് ചെയ്യുന്നു.

ON: Enable

ലൈറ്റ് ലെവൽ പരിഗണിക്കാതെ AF പോയിന്റുകളും ഗ്രിഡും ചുവപ്പു നിറത്തിൽ ഇല്യൂമിനേറ്റ് ചെയ്യുന്നു.

OFF:Disable

AF പോയിന്റുകളും ഗ്രിഡും ചുവപ്പു നിറത്തിൽ ഇല്യൂമിനേറ്റ് ചെയ്യുന്നില്ല.

AF Microadjustment

AF ന്റെ ഫോക്കസ് പോയിന്റ് ഫൈൻ അഡ്ജസ്റ്റുമെന്റ് ചെയ്യാവുന്നതാണ്.

MENU: Fine Adjustment of AF's Point of Focus

ക്വിക് മോഡിൽ AF ന്റെ ഫോക്കസ് പോയിന്റ് ഫൈൻ അഡ്ജസ്റ്റുമെന്റ്, വ്യൂഫൈൻഡർ ഷൂട്ടിംഗിലും ലൈവ് വ്യൂ ഷൂട്ടിംഗിലും സാധ്യമാണ്. ഇതിന് AF മൈക്രോ അഡ്ജസ്റ്റ്മെന്റ് എന്നു പറയുന്നു.

ഇത് ആവശ്യമെങ്കിൽ മാത്രം ചെയ്യേണ്ട ഒരു സെറ്റിംഗ് ആണ്. ഈ സെറ്റിംഗ് ചെയ്യുമ്പോൾ ഫോക്കസിംഗിന്റെ കൃത്യതയെ അത് ബാധിക്കാൻ സാധ്യതയുണ്ട്.

Adjust All by Same Amount

മാനുവലായി അഡ്ജസ്റ്റു ചെയ്ത്, ഷൂട്ട് ചെയ്ത്, ചെക്ക് ചെയ്ത് സെറ്റു ചെയ്യേണ്ട അഡ്ജസ്റ്റുമെന്റാണിത്. സെറ്റിംഗുകൾ കൃത്യമാകുന്നതുവരെ അഡ്ജ്റ്റുമെന്റുകൾ ആവർത്തിക്കണം.

AF ന് ഉപയോഗിച്ചിരിക്കുന്ന ലെൻസ് പരിഗണിക്കാതെ, അഡ്ജസ്റ്റുമെന്റ് വാല്യുവിന് അനുസരിച്ച് ഫോക്കസ് പോയിന്റ് എപ്പോഴും മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കും.

1. Select (AF Micro adjustment)

AF5 ടാബിൽ AF മൈക്രോ അഡ്ജസ്റ്റുമെന്റ് സെലക്ട് ചെയ്ത് സെറ്റിംഗ് ബട്ടൺ പ്രസ് ചെയ്യുക.

2. Select (All by same amount)

ക്വിക് കൺട്രോൾ ഡയൽ തിരിച്ച് All by same amount സെലക്ട് ചെയ്യുക.

3. Press the INFO button

All by same amount സ്ക്രീനിൽ തെളിയുന്നതാണ്.

4. Make the adjustment

ക്വിക് കൺട്രോൾ ഡയൽ തിരിച്ച് ആവശ്യമായ അഡ്ജസ്റ്റുമെന്റുകൾ ചെയ്യുക. ±20 സ്റ്റെപ്സ് റേഞ്ചിൽ ഈ അഡ്ജസ്റ്റുമെന്റുകൾ ചെയ്യാവുന്നതാണ്.

1. സ്റ്റാൻഡേർഡ് ഫോക്കസ് പോയിന്റിന് മുൻപിലായി പോയിന്റ് ഓഫ് ഫോക്കസ് ഷിഫ്റ്റ് ചെയ്യുന്നു.

2. സ്റ്റാൻഡേർഡ് ഫോക്കസ് പോയിന്റിന് പിറകിലായി പോയിന്റ് ഓഫ് ഫോക്കസ് ഷിഫ്റ്റ് ചെയ്യുന്നു.

ആവശ്യമായ അഡ്ജസ്റ്റുമെന്റുകൾ ചെയ്തതിനു ശേഷം സെറ്റിംഗ് ബട്ടൺ പ്രസ് ചെയ്യുക. ക്വിക് കൺട്രോൾ ഡയൽ തിരിച്ച് All by same amount ൽ സെലക്ട് ചെയ്യുക. സെറ്റിംഗ് ബട്ടൺ പ്രസ് ചെയ്യുക.

5. Check the result of the adjustment

ചിത്രം ഷൂട്ട് ചെയ്തതിനുശേഷം ഇമേജ് പ്ലേബാക്ക് ചെയ്ത് റിസൾട്ട് പരിശോധിക്കുക. ചിത്രത്തിലെ ടാർജറ്റ് പോയിന്റിന് മുൻപിലാണ് ഫോക്കസായിട്ടുള്ളതെങ്കിൽ+ വാല്യുവിലേയ്ക്ക് അഡ്ജസ്റ്റു ചെയ്യുക.

ചിത്രത്തിൽ ഫോക്കസിംഗ് ടാർജറ്റ് പോയിന്റിന് പിറകിലാണെങ്കിൽ - വാല്യുവിലേയ്ക്ക് അഡ്ജസ്റ്റു ചെയ്യണം. ആവശ്യമെങ്കിൽ ഈ അഡ്ജസ്റ്റുമെന്റുകൾ ആവർത്തിക്കുക. ●



(ക്യാമറയുടെ മോഡൽ മാറുന്നതിന് അനുസരിച്ച് Functions ൽ വ്യത്യാസം ഉണ്ടാകാവുന്നതാണ്.)

എബി കെ. ജോർജ്ജ്
ക്യാമറ സ്കാൻ, കോട്ടയം

Editorials of the month.

ദിനപത്രങ്ങളിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച ശ്രദ്ധേയമായ എഡിറ്റോറിയലുകളുടെ സംഗ്രഹം.

മലയാള മനോരമ നവംബർ 01, 2017

കേരളം ചാർത്തുന്നു, ഡിജിറ്റൽ കയ്യൊപ്പ്

പുതിയ കാലത്തിൽ ആത്മവിശ്വാസത്തിന്റെ ഡിജിറ്റൽ കയ്യൊപ്പു ചാർത്തിയാണ് കേരളം അറുപത്തിയൊന്നാം പിറന്നാൾ ആഘോഷിച്ചത്. സാങ്കേതികവിദ്യകളുടെ വളക്കൂറുള്ള മണ്ണായി നമ്മുടെ സംസ്ഥാനം വളരുന്നതിന്റെ ശുഭസൂചനകൾ ആഹ്ലാദകരം തന്നെ. രാജ്യത്തിന്റെ ഭാവി സാമ്പത്തികസ്ഥിതിയും തൊഴിലവസരങ്ങളും ഡിജിറ്റൽ ഇന്ത്യയുടെ വിജയത്തെ ആശ്രയിച്ചായിരിക്കും നിലനിൽക്കുക. ഇതിനിടെ ഡിജിറ്റൽ യുഗത്തിലെ മലയാളത്തെ കൈപിടിച്ചുയർത്താൻ മലയാള ഭാഷാസാങ്കേതികവിദ്യാനയം രൂപീകരിക്കുമെന്ന മുഖ്യമന്ത്രിയുടെ പ്രഖ്യാപനമുണ്ടായത് ഈ ദിശയിലുള്ള മുന്നേറ്റത്തിന്റെ മറ്റൊരു വിളംബരമാവുകയും ചെയ്തു. ആശയങ്ങളുടെയും സാങ്കേതികതയുടെയും കണക്ടിവിറ്റിയുടെയുമൊക്കെ ലയനമാണു ഡിജിറ്റൽ ലോകം. ഈ നവലോകത്ത് ഏറ്റവും മികച്ച രീതിയിൽ എത്രയും വേഗം കേരളം കരുത്താർജിക്കേണ്ടതായുണ്ട്. ഇന്ത്യയിൽ ഏറ്റവും കൂടുതൽ മൊബൈൽ ഫോൺ സാന്ദ്രതയും ഇന്റർനെറ്റ് കണക്ടിവിറ്റിയുമുള്ള കേരളത്തിന് അതിനാകുമെന്ന് തീർച്ച. ഡിജിറ്റൽ ഇന്ത്യ എന്ന സ്വപ്നം യാഥാർത്ഥ്യമാവുമ്പോൾ കേരളം അതിന്റെ മുൻനിരയിലാണെന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തിയേ തീരൂ. നമ്മുടെ സർക്കാർ വകുപ്പുകളിലെല്ലാം ഇ ഫലയിങ്ങും ഇ ഗവേണൻസും പൂർണമാക്കി കേരളത്തിന്റെ ഡിജിറ്റൽ ശാക്തീകരണം സാധാരണക്കാരന്റെ ജീവിതത്തിലേക്കെത്തിക്കണം. നമ്മൾ കൈവരിച്ച സാങ്കേതിക നേട്ടങ്ങളുടെ ഗുണം സമൂഹത്തിന്റെ താഴെത്തട്ടിൽവരെയെത്തിക്കുമ്പോഴേ ഈ സാമൂഹികദൗത്യം ഫലപ്രാപ്തി നേടൂ.

ദീപിക നവംബർ 03, 2017

ജീവിതപരീക്ഷയിൽ എ പ്ലസ് നേടാനാവണം

ഒരുവനിലുള്ള നന്മ പുറത്തുകൊണ്ടുവരുകയാണു വിദ്യാഭ്യാസത്തിന്റെ ആത്യന്തിക ലക്ഷ്യമെന്നു പറയാറുണ്ട്. അതായത് വിദ്യാഭ്യാസം ഒരുവനെ നല്ലവനോ കൂടുതൽ നല്ലവനോ ആക്കിത്തീർക്കണം. വിജയം നേടുക എന്നതു വിദ്യാഭ്യാസത്തിന്റെ ലക്ഷ്യമാണെങ്കിലും എങ്ങനെയും വിജയം നേടുകയെന്നതു വിദ്യാഭ്യാസത്തിന്റെ ലക്ഷ്യമേയല്ല, ആവരുത്. ധാർമികമൂല്യബോധം വളർത്തുന്ന വിദ്യാഭ്യാസമേ വിദ്യാഭ്യാസമാകൂ. പരീക്ഷാവിജയം മാത്രമല്ല, വിദ്യാഭ്യാസത്തിലൂടെ ജീവിതവിജയവും ഉണ്ടാവണം. പരീക്ഷാവിജയത്തെക്കാൾ പ്രധാനമാണു ജീവിതവിജയം – നന്മയിലൂടെയുള്ള ജീവിതവിജയം. പഠനത്തിലും ഔദ്യോഗികരംഗത്തും എന്തു വലിയ നേട്ടങ്ങൾ കൈവരിച്ചാലും ജീവിതനന്മയില്ലാത്തവർക്ക് യഥാർത്ഥത്തിൽ ജീവിതവിജയമുണ്ടാകില്ല. വിജ്ഞാന സമ്പാദനത്തിനൊപ്പം വ്യക്തിത്വവികസനവും വിദ്യാഭ്യാസത്തിന്റെ പ്രധാന ധർമ്മമാണ്. ഇതു മറന്നുകൊണ്ടുള്ള വിദ്യാഭ്യാസ പദ്ധതികൾ പലതും നാം നടപ്പാക്കുന്നുണ്ട്. വിജ്ഞാനത്തിനൊപ്പം വിവേകവും വളർന്നില്ലെങ്കിൽ ഗുണത്തിനു പകരം ദോഷമാണുണ്ടാവുക. വളരുന്ന തലമുറയ്ക്ക് ഇത്തരത്തിൽ അപചയമുണ്ടാകാതിരിക്കാനുള്ള മാർഗനിർദേശങ്ങളും പരിശീലനവും വിദ്യാലയങ്ങളിൽ കിട്ടേണ്ടതാണ്. സ്വന്തം നേട്ടത്തിനുവേണ്ടി എന്തു മാർഗവും സ്വീകരിക്കുന്നവരെ വിദ്യാഭ്യാസം നേടിയവരായി കണക്കാക്കാനാവില്ല. ഒരാൾനേടിയ വിദ്യാഭ്യാസവും അനുഭവങ്ങളും അയാളുടെ പ്രവൃത്തിയിൽ നന്മ ചേർക്കുന്നില്ലെങ്കിൽ ആ വിദ്യാഭ്യാസം കൊണ്ട് യാതൊരു നേട്ടവും സമൂഹത്തിനുണ്ടാകാനിടയില്ല. പരീക്ഷയിലെ എ പ്ലസ് ജീവിതത്തിലും എ പ്ലസ് ആക്കി മാറ്റാൻ കഴിയുന്നവയായിത്തീരണം നമ്മുടെ വിദ്യാഭ്യാസസ്ഥാപനങ്ങൾ.

മാതൃഭൂമി നവംബർ 15, 2017

അമൃത് പദ്ധതി പാഴാക്കരുത്

നഗരവികസനത്തിനുവേണ്ടി കേന്ദ്രസർക്കാർ ആവിഷ്ക്കരിച്ച 'അമൃത്' പദ്ധതി നടപ്പാക്കുന്നതിൽ കേരളം സ്വീകരിച്ചിരിക്കുന്ന മെല്ലെപ്പോക്കുനയം ശുഭകരമല്ല. നഗരപ്രദേശങ്ങളുടെ ആധുനീകരണത്തിനു സാമ്പത്തികസഹായം നൽകുന്ന പദ്ധതിയാണ് 'അടൽ മിഷൻ ഫോർ റീജുവനേഷൻ ആൻഡ് അർബൻ ട്രാൻസ്ഫോർമേഷൻ' എന്ന 'അമൃത്' പദ്ധതി. ജലവിതരണ പദ്ധതികൾ നടപ്പാക്കൽ, നഗരഗതാഗതം സുഗമമാക്കൽ, ഓടകളും പൂന്തോട്ടങ്ങളും നിർമ്മിക്കൽ, മലിനജല സംസ്ക്കരണ സംവിധാനമുണ്ടാക്കൽ എന്നീ പദ്ധതികളാണ് ഇതിൽപെടുന്നത്. ചെലവിന്റെ 50 ശതമാനം കേന്ദ്രസർക്കാരും 30 ശതമാനം സംസ്ഥാനസർക്കാരും ബാക്കി 20 ശതമാനം തദ്ദേശസ്ഥാപനവും വഹിക്കുന്ന രീതിയിലാണ് അമൃത് പദ്ധതി ആവിഷ്ക്കരിച്ചിട്ടുള്ളത്. കേന്ദ്ര നഗരവികസന മന്ത്രാലയം അനുമതി നൽകിയ പദ്ധതികൾ നടപ്പിലാക്കുന്നതിന് സമഗ്ര പദ്ധതിരേഖ തയ്യാറാക്കുന്നതായിരുന്നു ആദ്യ കടമ്പ. കേന്ദ്ര മാനദണ്ഡം അനുസരിച്ച് എല്ലാപദ്ധതികൾക്കുമായി സംസ്ഥാനതലത്തിൽ ഒരു കൺസൾട്ടന്റിനെ നിയോഗിച്ച് പഠനം നടത്താനാണ് നിർദ്ദേശിച്ചത്. ഇവരാണ് പദ്ധതികൾ തയ്യാറാക്കി സാങ്കേതികാനുമതി നൽകേണ്ടത്. ഇവിടെയും മെല്ലപ്പോക്കാണ്. ആവശ്യത്തിനു ജീവനക്കാരില്ലാത്തതും സംസ്ഥാനതലത്തിൽ തുടർ നടപടികൾ വൈകുന്നതുമാണ് പദ്ധതികൾ വൈകാൻ കാരണം.

മംഗളം നവംബർ 22, 2017

ആധാർ വിവരങ്ങൾ സുരക്ഷിതമാക്കണം

മൻമോഹൻ സിങ്ങിന്റെ നേതൃത്വത്തിലുള്ള യു.പി.എ. സർക്കാരിന്റെ അഭിമാന പദ്ധതിയായിരുന്നു ആധാർ. ഇന്ത്യയിലെ എല്ലാ ജനങ്ങളെയും തിരിച്ചറിയുകയും വിവിധ തരം സേവനങ്ങൾ ഒരുമിപ്പിക്കുകയായിരുന്നു ലക്ഷ്യം. യു.പി.എ.സർക്കാർ ഉദ്ദേശിക്കാത്ത മേഖലകളിൽ കൂടി എൻ.ഡി.എ. സർക്കാർ ആധാർ നടപ്പാക്കുകയാണ്. പാചകവാതക കണക്ഷൻ, ബാങ്ക് അക്കൗണ്ടുകൾ, മൊബൈൽഫോൺ എന്നിവ ആധാറുമായി ബന്ധിപ്പിച്ചു. കൂടാതെ സർക്കാർ ആനുകൂല്യങ്ങൾ ജനങ്ങൾക്ക് നേരിട്ട് ബാങ്ക് അക്കൗണ്ടുകൾ വഴി വിതരണം ചെയ്യാനും ആധാർ ഉപയോഗിക്കുന്നു. സർക്കാർ സ്ഥാപനങ്ങൾക്കു മാത്രം ഉപയോഗിക്കാനുള്ള ആധാർ വിവരങ്ങൾ സ്വകാര്യ മൊബൈൽ കമ്പനികൾക്കു കൂടി കൈമാറുന്നത് സ്വകാര്യതയിലേക്കുള്ള കടന്നു കയറ്റമാണ്. മൊബൈൽ നമ്പർ ആധാറുമായി ചേർക്കുമ്പോൾ നമ്പർ ഉടമയെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ അതേപടി മൊബൈൽ കമ്പനിയുടെ ഡേറ്റാബേസിലും എത്തുകയാണ്. സ്വകാര്യമായിരിക്കേണ്ട വിവരങ്ങൾ പുറത്താവുന്നതിനെ ജനങ്ങൾ ആശങ്കയോടെയാണ് കാണുന്നത്. ആധാറിന്റെ സുരക്ഷിതത്വം ഇനിയും വർദ്ധിപ്പിക്കുമെന്നാണ് അതോറിറ്റി പറയുന്നത്. അത് എത്രയും വേഗം നടപ്പാക്കുകയും സർക്കാർ വെബ്സൈറ്റിലാണെങ്കിൽ കൂടി ആരുടെയും ആധാർ വിവരങ്ങൾ പരസ്യമാകാതിരിക്കുകയും വേണം.

മലയാള മനോരമ നവംബർ 22, 2017

കണ്ണു തുറക്കാൻ സ്രാവ് നിമിത്തം

ചെന്നെ നഗരത്തിനു വടക്കുള്ള മത്സ്യ ഗ്രാമങ്ങൾ ശ്രദ്ധേയമായൊരു ശുചീകരണ യത്നത്തിലാണ്. തങ്ങളുടെ അന്നം മുട്ടിക്കുന്ന പ്ലാസ്റ്റിക് ഭീകരനെ തുരത്താനുള്ള ശ്രമം. കടലിൽനിന്നു കിട്ടുന്ന മത്സ്യസമ്പത്തിന്റെ അളവ് സമീപ വർഷങ്ങളിൽ ഗണ്യമായി കുറയുന്നതെന്ത് എന്ന അന്വേഷണത്തിലായിരുന്നു അവിടത്തെ യുവാക്കൾ. ചെന്നെ തീരത്തിനു സമീപം ചത്തടിഞ്ഞ സ്രാവിന്റെ പോസ്റ്റ്മാർട്ടം കാണാനിടയായ അവർ തങ്ങളുടെ ജീവിതത്തിലെ വില്ലനെ തിരിച്ചറിഞ്ഞു; പ്ലാസ്റ്റിക്! പ്ലാസ്റ്റിക് മാലിന്യങ്ങൾ കടലിൽ തള്ളുന്ന കാര്യത്തിൽ മുൻനിരയിലാണ് ഇന്ത്യയെന്നു പഠനം വ്യക്തമാക്കുന്നു. അലക്ഷ്യമായി വലിച്ചെറിയുന്ന പ്ലാസ്റ്റിക് ഉള്ളിൽചെന്ന് ആനകൾപോലും ചരിയുന്ന സംഭവങ്ങൾ ഉണ്ടായിട്ടുണ്ട്. പ്ലാസ്റ്റിക് ഉപയോഗം കുറച്ചുകൊണ്ടുവരാനും പുനരുപയോഗസാധ്യതകൾ കണ്ടെത്താനും ഫലപ്രദമായ മാർഗ്ഗങ്ങൾ ഇതുവരെയും കേരളത്തിൽ ആവിഷ്ക്കരിച്ചിട്ടില്ല. കടൽ പ്ലാസ്റ്റിക് മാലിന്യത്തിനെതിരെ ശുചീകരണയത്നം പ്രഖ്യാപിച്ച ആദ്യ സംസ്ഥാനമാണു കേരളം. നമ്മുടെ നദികളും കായലുകളും കൂടി പ്ലാസ്റ്റിക് മാലിന്യങ്ങളിൽ നിന്നു മുക്തമായാലേ കടൽ ശുചീകരണം ഉദ്ദേശിച്ച ഫലം നൽകുകയുള്ളൂ. ഓരോരുത്തരും പരിസ്ഥിതിയുടെ കാവൽക്കാരണെന്ന തിരിച്ചറിവിൽ കേരള ജനത ഒന്നിച്ചാൽ മാത്രമേ നമ്മുടെ കരയും കടലും നിർമ്മലമാവുകയുള്ളൂ. പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണ വഴികളിൽ ഭരണകൂടത്തോടൊപ്പം തദ്ദേശ സ്ഥാപനങ്ങളും സംഘടനകളുമെല്ലാം ഒത്തുചേർന്ന് ഇതൊരു വിജയമാകട്ടെ.

ദേശാഭിമാനി നവംബർ 25, 2017

വയോജനക്ഷേമം ഉറപ്പുവരുത്തണം

രാജ്യത്ത് വയോജനങ്ങൾ പൊതുവെ അവഗണിക്കപ്പെടുന്നെന്നും അവർക്ക് അർഹമായ പരിഗണന ലഭിക്കുന്നില്ലെന്നുമാണ് പഠനങ്ങൾ തെളിയിക്കുന്നത്. ആരോഗ്യ പരിപാലനത്തിന് മിക്ക രാജ്യങ്ങളും ജിഡിപിയുടെ അഞ്ചുശതമാനമോ അതിലധികമോ ചെലവിടുമ്പോൾ ഇന്ത്യയിൽ അത് 1.2 ശതമാനം മാത്രമാണ്. ദുർബലരെന്നനിലയിൽ കുട്ടികളും വൃദ്ധരുമാണ് എറ്റവും അനുകമ്പയും ശ്രദ്ധയും അർഹിക്കുന്നത് എന്ന പൊതുതത്വം രാജ്യത്ത് നിഷേധിക്കപ്പെടുന്നു. ആരോഗ്യപരിപാലനത്തിനായുള്ള നൂതനപദ്ധതികൾ പ്രമേഹം, കൊളസ്ട്രോൾ തുടങ്ങിയ രോഗങ്ങൾക്കുള്ള മരുന്നുകൾ സൗജന്യമായി പ്രൈമറി ഹെൽത്ത് സെന്റർ മുതൽ മെഡിക്കൽകോളേജ് ആശുപത്രികളിൽനിന്നുവരെ ലഭ്യമാക്കാൻ സ്വീകരിച്ച ഗവൺമെന്റ് നടപടി അഭിനന്ദനാർഹമാണ്. വയോജനസംരക്ഷണവും ക്ഷേമവും ഉറപ്പുവരുത്തുന്ന ട്രിബ്യൂണലുകളും ഹെൽപ്പ് ഡെസ്ക്കുകളും കൂടുതൽ ഫലപ്രദമാക്കുക, പകൽവീടുകൾ ഉല്ലാസകരവും അന്തസ്സേറിയതുമായ കേന്ദ്രങ്ങളാക്കിമാറ്റുക തുടങ്ങിയവ വയോജനങ്ങളുടെ ക്ഷേമത്തിനുവേണ്ടി പ്രവർത്തിക്കേണ്ടതായുണ്ട്.

നിത്യഹരിത സൊസൈറ്റിയുടെ ഉദ്ഘാടനം



കൂട്ടായ്മയിലൂടെ കലാ-കാരുണ്യ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്തണമെന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ തിരുവനന്തപുരം കേന്ദ്രമാക്കി രൂപീകരിച്ച സംഘടനയായ നിത്യഹരിത കൾച്ചറൽ ആന്റ് ചാരിറ്റബിൾ സൊസൈറ്റിയുടെ ഉദ്ഘാടനം ഒ.രാജഗോപാൽ എംഎൽഎ നിർവഹിച്ചു. പൂജപ്പുര ഗവണ്മെന്റ് സ്പെഷ്യൽ ഹോം ആന്റ് ചിൽഡ്രൻസ് ഹോമിലേക്ക് സൊസൈറ്റി അംഗങ്ങളായ ഡോ. പി.ഷാനവാസ്, ഡോ. ഗീതാ ഷാനവാസ് എന്നിവർ സ്പോൺസർ ചെയ്ത മൈക്ക് സെറ്റ് സ്കൂൾ പ്രതിനിധി അജിത്കുമാറിന് കൈമാറി ചാരിറ്റി വിംഗിന്റെ ഉദ്ഘാടനവും എംഎൽഎ നിർവഹിച്ചു. അമീർ കലാഭവൻ നിർമ്മിച്ച് അരുൺരാജ് പൂത്തണൽ രചനയും സംവിധാനവും നിർവഹിക്കുന്ന വയലറ്റ് പൂക്കൾ എന്ന ചലച്ചിത്രത്തിന്റെ ഫസ്റ്റ് ലുക്ക് പോസ്റ്റർ അദ്ദേഹം പ്രകാശനം ചെയ്തു. സൊസൈറ്റി മുഖ്യരക്ഷാധികാരി പ്രമോദ് പയ്യന്നൂർ അധ്യക്ഷത വഹിച്ചു. കവിയും ഗാനരചയിതാവുമായ ചുനക്കര രാമൻകുട്ടി, ഗായകനും സംഗീത സംവിധായകനുമായ പന്തളം ബാലൻ, നാടക സംവിധായകൻ മീനമ്പലം സന്തോഷ്, യുവസാഹിത്യകാരൻ സുമേഷ് കൃഷ്ണൻ, സൊസൈറ്റിയുടെ ലോഗോ രൂപകൽപ്പന ചെയ്ത കൊടുങ്ങല്ലൂർ പി.കെ. മുജീബ് റഹ്മാൻ എന്നിവരെ ചടങ്ങിൽ ആദരിച്ചു. കെ.എസ്.ഹരിഹരൻ കടുങ്ങപുരം രചിച്ച 'ശ്രീലക്ഷ്മി'എന്ന നോവൽ ചുനക്കര രാമൻകുട്ടി പ്രകാശനം ചെയ്തു. പ്രമോദ് പയ്യന്നൂർ, മൂജീബ് റഹ്മാൻ വേങ്ങൂർ, അഡ്വ.കെ.ബാലചന്ദ്രൻ, കൊല്ലം സിറാജ്, എൻ.രഘുരാമൻ എന്നിവരെ ചടങ്ങിൽ പൊന്നാട ചാർത്തി ആദരിച്ചു. സൊസൈറ്റി അംഗങ്ങൾക്കുള്ള ഐഡന്റിറ്റി കാർഡ് വിതരണം, കലാവിരുന്ന് എന്നിവയും നടന്നു.

സൊസൈറ്റി പ്രസിഡന്റ് റഹിം പനവൂർ, വൈസ് പ്രസിഡന്റ് വാഴമുട്ടം ബി.ചന്ദ്രബാബു, സെക്രട്ടറി ശുഭ കെ.പി, വാർഡ് കൗസിലർ അഡ്വ:എം.വി. ജയലക്ഷ്മി, സിപിഎം പാളയം ഏരിയ കമ്മിറ്റി സെക്രട്ടറി സി. പ്രസന്നകുമാർ, സൊസൈറ്റി രക്ഷാധികാരികളായ പ്രൊഫ.എം. സിദ്ദിക്കുൽ കബീർ, ഡോ.പി.ഷാനവാസ്, സിനിമാ പത്രപ്രവർത്തകൻ സുകു പാൽക്കുളങ്ങര, ഫെഫ്ക പിആർഒ യൂണിയൻ പ്രസിഡന്റ് അജയ് തുണ്ടത്തിൽ, പൂജപ്പുര ഗവമെന്റ് സ്പെഷ്യൽ സ്കൂൾ അധ്യാപക രാജി വി.ആർ. തുടങ്ങിയവർ സംസാരിച്ചു

പ്രകൃതി ദുരന്ത ബോധവത്കരണ ക്ലാസ്സ് ; അധ്യാപകനായി റോബോട്ട്



ഭിന്നശേഷിക്കാരായവർക്ക് പ്രകൃതി ദുരന്തങ്ങളെ കുറിച്ചുള്ള ബോധവത്കരണ പരിപാടിയൊരുക്കി ദുബായ് മുനിസിപ്പാലിറ്റി. എന്നാൽ ഇതിലെ ഏറ്റവും വലിയ സവിശേഷത സുരക്ഷയെക്കുറിച്ചുള്ള ശില്പശാല നയിച്ചത് യന്ത്ര മനുഷ്യനാണെന്നതാണ്. ഭൂകമ്പം ഉണ്ടാകുമ്പോളും അതിനു ശേഷവും പാലിക്കേണ്ട സുരക്ഷാ രീതികളും മുൻകരുതലുകളുമാണ് ശില്പശാലയിൽ അവതരിപ്പിച്ചത്. ഭിന്നശേഷിക്കാർക്കിടയിൽ സുരക്ഷയുടെ സംസ്കാരം വളർത്തിയെടുക്കാനും, ഭൂകമ്പത്തെക്കുറിച്ച് അവബോധം സൃഷ്ടിക്കാനുമാണ് ശില്പശാല സംഘടിപ്പിച്ചതെന്ന് അധികൃതർ വ്യക്തമാക്കി. സ്മാർട്ട് ആപ്പുകൾ വഴി പ്രകൃതി ദുരന്തങ്ങളെക്കുറിച്ചും കാലാവസ്ഥ മാറ്റത്തെക്കുറിച്ചും മുന്നറിയിപ്പുകളും സുരക്ഷാ നിർദ്ദേശങ്ങളും നൽകുന്ന സംവിധാനം മുനിസിപ്പാലിറ്റി നടപ്പാക്കിവരികയാണ്. ഇതിന്റെ ഭാഗമായിട്ടാണ് റോബോട്ടും ആർട്ടിഫിഷ്യൽ ഇന്റലിജൻസും അടക്കമുള്ള സാങ്കേതികതകൾ ഉപയോഗിച്ച് ശില്പശാല സംഘടിപ്പിച്ചത്.

കൊളംബോ അന്തർദേശീയ മേളയിൽ ഔഷധിക്ക് മികച്ച പവലിയനുള്ള അവാർഡ്



ശ്രീലങ്കൻ ആരോഗ്യമന്ത്രാലയം കൊളംബോയിൽ സംഘടിപ്പിച്ച ട്രാൻസ്മെഡ് 2017 ൽ മികച്ച പവലിയനുള്ള അവാർഡ് ശ്രീലങ്കൻ ആരോഗ്യമന്ത്രി ഡോ. സെനാർതനിൽ നിന്നും ഔഷധി മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ കെ. വി ഉത്തമൻ സ്വീകരിക്കുന്നു. കേരള ആരോഗ്യമന്തി കെ.കെ. ഷൈലജടീച്ചർ സമീപം.

ലെയ്ക ഇന്ത്യയിൽ ആദ്യത്തെ വിൽപന കേന്ദ്രം ആരംഭിച്ചു



ജർമ്മൻ മുൻനിര ക്യാമറാ നിർമ്മാതാക്കളും ഒപ്റ്റിക്സ് ബ്രാന്റുമായ ലെയ്ക ഇന്ത്യയിൽ ആദ്യത്തെ വിൽപന കേന്ദ്രം ആരംഭിച്ചു. ഡൽഹിയിലെ കൊണാട്ട് പ്ലേസിലാണ് ലെയ്ക രാജ്യത്തെ ആദ്യ പാർട്നർ സ്റ്റോർ ആരംഭിച്ചത്. മെട്രോ നഗരങ്ങളിൽ തുടങ്ങി രാജ്യത്താകമാനം വിപണി വ്യാപിപ്പിക്കാനാണ് കമ്പനി ഇതിലൂടെ ലക്ഷ്യമിടുന്നത്.

ജർമ്മനിയിലെ വെസ്ലർ ആസ്ഥാനമായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന ലെയ്ക ക്യാമറ എജിയ്ക്ക് ഓസ്ട്രേലിയ, ചൈന, ഫ്രാൻസ്, ഇറ്റലി, ജപ്പാൻ, സ്വിറ്റ്സർലൻഡ്, സിങ്കപ്പൂർ, ദക്ഷിണ കൊറിയ, ബ്രിട്ടൻ, അമേരിക്ക എന്നിവടങ്ങളിലും ശാഖകളുണ്ട്. കമ്പനി അടുത്തിടെ പുറത്തിറക്കിയ ക്ലാസിക് ഡിസൈനോടു കൂടിയ ലെയ്ക സിഎൽ മിറർലെസ് ക്യാമറ ഡിസംബറിൽ ഇന്ത്യയിൽ അവതരിപ്പിക്കാനും കമ്പനിയ്ക്ക് പദ്ധതിയുണ്ടെന്നാണ് റിപ്പോർട്ട്.

ലെയ്കയുടെ എം10 മുതൽ ലെയ്ക ക്യൂ വരെയുള്ള മുൻനിര ക്യാമറകളും അനുബന്ധ ഉപകരണങ്ങളും പുതിയ സ്റ്റോറിൽ പ്രദർശിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. 25000 രൂപയുള്ള എൻട്രി-ലെവൽ ക്യാമറ മുതൽ, അഞ്ച് കോടി രൂപ വരെ വിലയുള്ള പ്രൊഫഷണൽ ക്യാമറകളായിരിക്കും ലെയ്ക ഇന്ത്യയിൽ അവതരിപ്പിക്കുക.

മികച്ച ഗുണമേന്മയുള്ളതും ഈടുനിൽക്കുന്നതുമായ ക്യാമറകൾ പുറത്തിറക്കുന്നുവെന്ന ഖ്യാതിയും ലെയ്കയ്ക്കുണ്ട്. പത്രഫോട്ടോഗ്രാഫർമാർ, ഫാഷൻ ഫോട്ടോഗ്രാഫർമാർ എന്നിവർക്കിടയിൽ ഏറെ പ്രീതിയുള്ള ബ്രാൻഡാണ് ലെയ്ക. മൂല്യമേറിയതും,കൈകൊണ്ട് നിർമ്മിച്ചവയുമായ ക്യാമറകൾ അവതരിപ്പിക്കുന്നതിലൂടെയും ലെയ്ക വ്യത്യസ്തമാവുന്നു.

ഊബറും മഹീന്ദ്രയും ഒന്നിക്കുന്നു



ഓൺലൈൻ ടാക്സി സേവന ദാതാക്കളായ ഊബറും രാജ്യത്തെ പ്രശസ്ത വാഹന നിർമാതാക്കളായ മഹീന്ദ്രയും ഒന്നിക്കുന്നു. വൈദ്യുത രംഗത്തേക്കുള്ള മാറ്റത്തിനായി ഊബറിനു ആവശ്യമുള്ള ഇലക്ട്രിക് കാറുകൾ മഹീന്ദ്രയാണു നിർമ്മിച്ചു നൽകുക. ഇതിനു മുന്നോടിയായി ഡൽഹിയിലും ഹൈദരാബാദിലും ഊബർ സർവ്വീസിനായി നൂറോളം e2o ഹാച്ച്ബാക്ക്, ലവെരിറ്റോ സെഡാൻ ഇലക്ട്രിക് കാറുകൾ മഹീന്ദ്ര കൈമാറും. 2030 ഓടെ രാജ്യത്ത് ഇലക്ട്രിക് വാഹനങ്ങൾ നിർബന്ധമാക്കുന്നതിന്റെ ഭാഗമായി ഇലക്ട്രിക് കാർ ഉപയോഗം വർധിപ്പിക്കുന്നതിനായി സർക്കാർ, സ്വകാര്യ ഏജൻസികളുമായി സഹകരിച്ച് ചാർജിങ്ങ് സ്റ്റേഷൻ സ്ഥാപിക്കാനും ഇരുകമ്പനികളും ലക്ഷ്യമിടുന്നുണ്ട്.

കെമിക്കൽ ഫാക്ടറി നിർമ്മിക്കാനൊരുങ്ങി സൗദി അറേബ്യ

ലോകത്തിലെ തന്നെ ഏറ്റവും വലിയ കെമിക്കൽ ഫാക്ടറി നിർമ്മിക്കുന്നതിന് കരാറിൽ ഒപ്പുവെച്ചു സൗദി അറേബ്യ. സൗദി അരാംകോയും സൗദി ബേസിക് ഇൻഡസ്ട്രീസ് കോർപറേഷനുമാണ് കരാർ ഒപ്പുവെച്ചത്. എണ്ണയിതര വരുമാനം വർധിപ്പിക്കുന്നതിന്റെ ഭാഗമായിട്ടാണ് പുതിയ കെമിക്കൽ ഫാക്ടറി ഉൾപ്പെട്ട ഇൻഡസ്ട്രിയൽ കോംപ്ലക്സ് നിർമ്മിക്കുക. 2000 കോടി ഡോളർ ചെലവഴിച്ചാണ് ഇൻഡസ്ട്രിയൽ കോംപ്ലക്സ് നിർമ്മിക്കുന്നത്. ക്രൂഡ് ഓയിലിന്റെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും വിവിധ കെമിക്കൽ ഉൽപ്പന്നങ്ങളും വൻതോതിൽ ഇവിടെ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കും. അത്യാധുനിക സാങ്കേതിക വിദ്യ ഉപയോഗിച്ചായിരിക്കും ഫാക്ടറി പ്രവർത്തിക്കുകയെന്ന് അരാംകോ സി ഇ ഒ അമീൻ നാസർ അറിയിച്ചു.

ഇൻഡ്യയിലെ ആദ്യത്തെ കാർട്ടൂൺ നെറ്റ്വർക്ക് ബ്രാൻഡഡ് അമ്യൂസ്മെന്റ് പാർക്ക് സൂററ്റിൽ ആരംഭിക്കും

ഇന്ത്യയിൽ ഉടൻ തന്നെ ആദ്യത്തെ കാർട്ടൂൺ നെറ്റ്വർക്ക് ബ്രാൻഡഡ് തീം പാർക്ക് ആരംഭിക്കും. ടർണർ ഇന്റർനാഷണൽ ഇന്ത്യയുടെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള കാർട്ടൂൺ നെറ്റ്വർക്ക് ബ്രാൻഡാണ് ഗുജറാത്തിലെ റിയൽ എസ്റ്റേറ്റ്, വിനോദം, ഹോസ്പിറ്റാലിറ്റി ഗ്രൂപ്പ് രാജ്ഗ്രീൻ എന്നിവരുമായി 61,000 ചതുരശ്ര മീറ്റർ സ്വത്ത് അമാസിയയുടെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ബ്രാൻഡുകളുമായി ചേർന്ന് തുടക്കം കുറിക്കുന്നത്. ഗുജറാത്തിലെ സൂറത്തിൽ അമ്യൂസ്മെന്റ് പാർക്ക് 2019 ആദ്യപാദത്തിൽ 450 കോടി രൂപയുടെ ബജറ്റിലാണ് തുടക്കമിടുന്നത്. പദ്ധതിയുടെ മൊത്തം ചെലവ് 450 കോടി രൂപയാണ്. ഇതിനോടകം 300 കോടി രൂപ നേരത്തെ നിക്ഷേപിച്ചിട്ടുണ്ടെന്ന് രാജ്ഗ്രീൻ ഗ്രൂപ്പിന്റെ ചെയർമാൻ സഞ്ജയ് മൂവാലിയ അറിയിച്ചു. ഇന്ത്യയിലൊരു അമ്യൂസ്മെന്റ് പാർക്കിനുള്ള കാർട്ടൂൺ നെറ്റ്വർക്കിന്റെ ആദ്യ ബ്രാൻഡ് അസോസിയേഷനാണ് അമാസിയ. ഏഷ്യയിൽ, ഇതിന് രണ്ട് പങ്കാളിത്തമുണ്ട്, തായ്ലന്റിലെ പട്ടായയിലെ കാർട്ടൂൺ നെറ്റ്വർക്ക് ആമസോൺ വാട്ടർ പാർക്കും ദുബായിൽ ഐ.എം.ജി വേൾഡ്സ് ഓഫ് അഡ്വഞ്ചറിലും ഒരു കാർട്ടൂൺ നെറ്റ്വർക്ക് സോണും.



അതിവേഗം ബഹുദൂരം

ആഗോളവൽക്യത കാലഘട്ടത്തിലെ ദുരിതങ്ങൾക്കുള്ള പരിഹാരവുമായി പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടിരിക്കുന്ന ആൾ ദൈവങ്ങളും മന്ത്രവാദികളും ആത്മീയ പിതാക്കളും സിദ്ധന്മാരും വാസ്തു വിദഗ്ധരും ആസൂത്രിതമായ പ്രവർത്തനങ്ങളിലൂടെ ജനത്തെ ആത്മീയക്കെണിയിൽ വീഴ്ത്തുന്നു.

ഇന്ത്യയാണ് ലോകത്തെ ഏറ്റവും വലിയ ആത്മീയ കമ്പോളം. അതിവേഗം ബഹുദൂരം വളർന്നുപടരുന്ന ആത്മീയ വ്യവസായത്തിന്റെ കാണാപ്പുറങ്ങളിൽ വലിയ വലിയ തട്ടിപ്പുകൾ നടക്കുമ്പോൾ, അതിനെല്ലാം മറയിടാനുള്ള മാർഗമായി ആത്മീയത എന്ന സാന്ത്വന സ്പർശങ്ങൾ ചുവടുപിടിക്കുന്നു. ആത്മീയത തേടിക്കൊണ്ട് ജനങ്ങൾ നെട്ടോട്ടം ഓടിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയും അവർക്ക് യഥാർത്ഥ ആത്മീയത കണ്ടെത്താൻ സാധിക്കാതിരിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന കാലത്തോളം ആൾ ദൈവങ്ങൾ മതങ്ങളുടെ തണലിലും അല്ലാതെയും വളരുകയും വികസിക്കുകയും ചെയ്യും. രാഷ്ട്രീയക്കാരെയും മാധ്യമങ്ങളെയും തങ്ങളുടെ വരുതിക്കുള്ളിലാക്കാനും അവർക്ക് സാധിക്കും എന്നതാണ് വർത്തമാന ലോകം നമുക്ക് കാണിച്ചു തരുന്നത്. ആധുനിക ശാസ്ത്രസാങ്കേതികവിദ്യ ആത്മീയത വിറ്റഴിക്കുന്നതിനു വേണ്ടി വിദഗ്ധമായി ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നു. ഭക്തരുടെ വിശ്വാസത്തെ അന്ധവിശ്വാസമായ് മാറ്റി ചൂഷണം ചെയ്യുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തിലേക്ക് സമൂഹം എത്തിയിരിക്കുന്നു. ആഗോളവൽകൃത കാലഘട്ടത്തിലെ ദുരിതങ്ങൾക്കുള്ള പരിഹാരവുമായി പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടിരിക്കുന്ന ആൾദൈവങ്ങളും മന്ത്രവാദികളും ആത്മീയ പിതാക്കളും സിദ്ധന്മാരും വാസ്തു വിദഗ്ധരും ആസൂത്രിതമായ പ്രവർത്തനങ്ങളിലൂടെ ജനത്തെ ആത്മീയക്കെണിയിൽ വീഴ്ത്തുന്നു.

> ആത്മീയതയ്ക്ക് വിവിധ തലങ്ങൾ ഉണ്ട് അതിനെയൊക്ക വ്യവസായവത്കരിക്കപ്പെടുത്തുന്നത് ശരിയല്ല. ഒരു പരിധിവരെ ആത്മീയതയെ വിൽപനക്കായി മാറ്റുന്നു, ഇല്ലെന്നു പറയാൻ പറ്റില്ല കാരണം ഇതെല്ലാമോരോ പരസ്യപ്പെടുത്തലുകൾ അല്ലേ? ആത്മീയ ഗുരുക്കളുടെ ഇന്നത്തെ ഹൈടെക് ജീവിതശൈലികൾ ആകും ഒരു പക്ഷേ ജനങ്ങളുടെ ഈ ധാരണകൾക്ക് വഴിവെക്കുന്നത്. ഈ ആത്മീയ പാതയിൽ സഞ്ചരിക്കുന്നവരുടെ ധനകാര്യ കൊടുക്കൽ വാങ്ങലുകളുടെ രൂപരേഖകൾ അറിയാനുള്ള ജന സമൂഹത്തിന്റെ ആകാംക്ഷ ആവശ്യമില്ലാത്ത മിഥ്യാ ധാരണകളെ ചെറുക്കാൻ സഹായിക്കും.
>
> (രാഹുൽ ഈശ്വർ ആക്റ്റിവിസ്റ്റ്)

ആത്മീയ വ്യാപാരവും അതിനോടനുബന്ധിച്ചു നടക്കുന്ന പലതരത്തിലുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങളും പാരമ്പര്യത്തിന്റെയും ഈശ്വര വിശ്വാസത്തിൻറെയും ആർഷ ഭാരത സംസ്ക്കാരത്തിൻറെയും പേരിലായതുകൊണ്ടു തന്നെ ഇവക്കെതിരായ പ്രവർത്തനങ്ങൾ എളുപ്പമല്ല. ഇന്നത്തെ ആൾ ദൈവങ്ങൾ സുഖലോലുപതയിലും ആർഭാടത്തിലും ആഢംബരത്തിലും അഭിരമിക്കുന്നവരാണ്. കോടികൾ വിലവരുന്ന എയർകണ്ടീഷൻ ചെയ്ത ചലിക്കുന്ന കൊട്ടാരങ്ങളിൽ വന്നിറങ്ങി ഭക്തരെ ഉദ്ബോധിപ്പിക്കുന്നവരാണ് ഈ ആൾദൈവങ്ങൾ.

ടി വി ചാനലും ആശുപത്രികളും വിദ്യാലയങ്ങളും സ്ഥാപിച്ച് കോടികളുടെ ലാഭം ഉണ്ടാക്കുന്നവർ. റോൾസ് റോയിസ് കാറുകൾ സ്വന്തമായുണ്ടായിരുന്ന ഓഷോ രജനിഷിന്റെ മരണശേഷം അദ്ദേഹത്തിന്റെ ആശ്രമം സന്ദർശിക്കുന്നതിന് 500 രൂപയുടെ പാസ് ഏർപ്പെടുത്തിയിരിക്കുകയാണ്. മതവും ആത്മീയകാര്യങ്ങളും വിദ്യാഭ്യാസവും സാംസ്കാരികമൂല്യങ്ങളും വരെ ഇങ്ങനെ ചരക്കുകളാക്കി വിറ്റഴിക്കപ്പെടുന്നു. എല്ലാത്തിന്റെയും തന്ത്രങ്ങൾ ഒന്നു തന്നെ. ഒരു ബ്രാന്റ് നെയിം അത് ബഹുജനങ്ങളുടെ മനസ്സിൽ എങ്ങനെയെങ്കിലും ഉറപ്പിച്ചുകിട്ടിയാൽ ജയിച്ചു. ലക്ഷക്കണക്കിനു രൂപ ബാങ്ക്

സ്പിരിച്ച്വൽ കാര്യങ്ങൾ മാർക്കറ്റിങിന് ഉപയോഗിക്കുന്നത് നല്ല ഒരു കാര്യമായി തോന്നിയിട്ടില്ല. പക്ഷേ വസ്തുനിഷ്ഠമായി പറഞ്ഞാൽ ഇതിലും ലാഭം കിട്ടുന്ന ഒരു ബിസിനസ് വേറെ ഇല്ല എന്നു തന്നെ പറയണം. ദിനംപ്രതി ഇതൊരു വ്യവസായമായി പടർന്നു പിടിക്കുന്ന കാഴ്ചയാണ് കാണുന്നത്. ബിസിനസിന്റെ വിവിധ തലങ്ങളാണ് ഇവിടെ അരങ്ങേറുന്നത്.

(ഓംകാർനാഥ് ഫോട്ടോജേർണലിസ്റ്റ്)

ആത്മീയ വ്യവസായത്തിന് ഒരു ശാസ്ത്രീയമായ തെളിവിന്റെയും ആവിശ്യം ഇല്ല എന്നു തെളിയിക്കുന്നതാണ് എത്തിനോക്കാൻ പോലും സാധിക്കാത്ത ഈ വ്യവസായം. ഒരാശ്വാസത്തിനു വേണ്ടി ഇതിന്റെ പിന്നാലെ ഓടുന്നവർ നിരവധിയാണ്. അതുപോലെതന്നെ ഈ ആശ്വാസങ്ങളെയൊക്കെ മുതലെടുത്ത് മാർക്കറ്റ് ചെയ്യാൻ നിരവധിപ്പേർ എത്തിക്കൊണ്ടിരിക്കും. ഈ ഒരു സാഹചര്യത്തെ മറികടക്കുക എന്നത് എളുപ്പമല്ല കാരണം ഇതിനു പിന്നിൽ കോർപറേറ്റ് ബന്ധങ്ങൾ, രാഷ്ട്രീയ ബന്ധങ്ങൾ, പലരുടേയും നിലനിൽപ്, എന്നിങ്ങനെ പലതിനും കാരണമാണ്

(ഷമീർ മൊഹമ്മദ് മീഡിയ ഡിസൈനർ)

ഇത് ഒരു മാർക്കറ്റിങ് കുതന്ത്രമാണ് ആളുകളുടെ വിശ്വാസങ്ങൾക്ക് മേൽ ഉള്ള കടന്നു കയറ്റമാണ്. ഒരു വ്യക്തിയുടെ വിശ്വാസങ്ങളെ ചൂഷണം ചെയ്ത് സമ്പാദിക്കുന്ന തന്ത്രം. ആൾ ദൈവങ്ങളടക്കം ഇങ്ങനെ ജീവിക്കുന്നവരാണ്. ജനങ്ങൾ വീണു പോകുന്നത് അവരുടെ പ്രശ്നങ്ങളിലാണ് (കടബാധ്യത, മനപ്രയാസം) പരിഹാരം ഉണ്ടാക്കാം എന്നുള്ള വ്യാജേന സമീപിക്കുമ്പോൾ തീർച്ചയായും വീണുപോകുന്നതിന്റെ കാരണം മനുഷ്യനെ സംബന്ധിച്ച് സമാധാനത്തോടുകൂടി ജീവിക്കാനാണ് ശ്രമങ്ങൾ ഒക്കെയും. അപ്പോൾ ഈ പ്രശ്നങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള മുക്തി ആത്മീയ വ്യവസായത്തിന്റെ പിടിയിലാവുന്നത്. മാധ്യമങ്ങളിൽ കാണുന്ന ഭാഗ്യ ആഭരണങ്ങൾ (മോതിരം ഏലസ്, മാലകൾ) ഇത് മറ്റൊരു തരത്തിൽ ചൂഷണമാണ്.

(സൂര്യലാൽ മീഡിയ പേഴ്സൺ)

വായ്പയെടുത്തു നിർമ്മിച്ച വീട് പൊളിച്ചു പണിതതിനു ശേഷം എത്രപേർക്കു മനഃശാന്തി കിട്ടിയെന്ന് ആരും തിരക്കുന്നില്ല. ലൗകികജീവിതം ആനന്ദപ്രദമാക്കുന്നതിനുള്ള ഉപായങ്ങളാണ് സിദ്ധന്മാരും ജ്യോതിഷികളും മന്ത്രവാദികളും ഉപദേശിക്കുന്നത്.

ആൾ ദൈവങ്ങളുടെ ആശ്ലേഷങ്ങളിൽ അമരാനും ദർശനം ലഭിക്കാനും ജീവന കലയിൽ പങ്കുകൊള്ളാനും ക്യൂ നിൽക്കുന്നവരിൽ മന്ത്രിമാർ, രാഷ്ട്രീയപ്രമുഖർ, ഉദ്യോഗസ്ഥ മേധാവികൾ, വ്യവസായികൾ തുടങ്ങി എല്ലാവരുമുണ്ട്. ഇതിലൂടെ ചോദ്യം ചെയ്യാനാവാത്ത അധികാരകേന്ദ്രങ്ങളായി ഈ ആത്മീയ കേന്ദ്രങ്ങൾ മാറുകയാണ്. ആത്മീയ വാണിഭക്കാരായ ഇന്ത്യൻ ആൾദൈവങ്ങൾ ഇന്ന് സാമ്പത്തികമായി വൻകിട വ്യവസായികളുടെ ഗണത്തിലേക്കുയർന്നുകഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ട് എന്നത് പരസ്യമായ ഒരു രഹസ്യമാണ്. ഓലകൊണ്ടും നാരുകൊണ്ടും പണിയപ്പെട്ട ആശ്രമങ്ങളല്ല, പടുകൂറ്റൻ അംബരചുംബികളാണ് പുതിയ സന്യാസിമാരുടെ ആലയങ്ങൾ! ഗുരുവും ശിഷ്യരുമടങ്ങുന്ന പഴയകാല ആശ്രമവ്യവസ്ഥയല്ല, ചെയർമാനും, വൈസ് ചെയർമാനും, ബിസിനസ് എക്സിക്യൂട്ടീവും, മാർക്കറ്റിംഗ് എക്സിക്യൂട്ടീവും നേതൃത്വം നൽകുന്ന വ്യവസായ കേന്ദ്രങ്ങളാണ് അവ. അത്മീയ വ്യവസായങ്ങളെ നിയന്ത്രിക്കുന്നതിനും, ആൾദൈവങ്ങളുടെ പേരിലുള്ള കള്ളനാണയങ്ങളെ ഇല്ലാതാക്കുന്നതിനും സമഗ്രമായ നിയമം ആവശ്യമാണ്. ഒരു സംസ്ഥാനത്തു മാത്രം ഒതുങ്ങുന്നതല്ല ഇവരുടെ സാമ്പത്തിക സ്രോതസും മറ്റും എന്നതിനാൽ ദേശീയ അടിസ്ഥാനത്തിൽ തന്നെയുള്ള ഒരു നിയമനിർമ്മാണം ഇക്കാര്യത്തിൽ അനിവാര്യമാണ്. ആത്മീയ വ്യവസായം കാലത്തിനനുസരിച്ച് മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തി മനുഷ്യരുടെ ജീവിത പ്രയാസങ്ങളെ കച്ചവടച്ചരക്കാക്കി കണ്ട് മുന്നേറുകയാണ്. കോടി കണക്കിനു രൂപയുടെ ജപമാല വ്യാപാരമാണ് ഇന്ത്യയിൽ നടന്നുവരുന്നത്. ഏതു മതവിഭാഗത്തിനും ആവശ്യമായ ജപമാലകൾ ഇന്ത്യയിൽ നിന്നും കയറ്റി അയക്കുന്ന വൻ കമ്പനികളുണ്ട്. ജപമാലയ്ക്കു പുറമേ ശംഖ്, ഏലസ്, പല നിറങ്ങളിൽ പല പ്രശ്നങ്ങൾക്കുള്ള ചരടുകൾ, രുദ്രാക്ഷങ്ങൾ, അത്ഭുതശക്തിയുള്ള ലോക്കറ്റുകൾ, മോതിരങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയുടെ കച്ചവടം തകൃതിയായി നടക്കുന്നു. വസ്തു നിഷ്ഠ യാഥാർത്ഥ്യങ്ങളിൽ നിന്നും ജനങ്ങളെ അകറ്റി നിർത്തികൊണ്ട് കപട ആത്മീയതയുടെ മായാലോകത്തിലേക്ക് കൂട്ടിക്കൊണ്ടു പോകുന്നതിൽ ആത്മീയ കോർപ്പറേറ്റുകൾ വിജയിക്കുന്നു എന്നതാണ് ഇതൊക്കെയും തെളിയിക്കുന്നത്. ●

ആത്മീയതയ്ക്ക് മാർക്കറ്റിങിലൂടെ ജനശ്രദ്ധ നേടാൻ ശ്രമിക്കുമ്പോഴാണ് അത് ഒരു ബിസിനസായി മാറുന്നത്. ഡോക്യുമെന്ററികൾ, ടെക്നിക്കൽ രീതികൾ എന്നിവയിലൂടെ ആത്മീയത ജനങ്ങളിലെത്തിക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നതും മാർക്കറ്റിങിന്റെ ഭാഗമായിട്ടാണ്. വ്യക്തിപരമായി വളർത്തിയെടുക്കേണ്ട ഒന്നാണ് ആത്മീയത അത് കച്ചവടവൽകരിക്കപ്പെടുന്ന സ്ഥിതി വിശേഷമാണ് ഈ കലഘട്ടത്തിൽ നടക്കുന്നത്. അളവറ്റ സാധ്യതകളാണ് ഈ മേഖലയിൽ ഉള്ളത് എന്നതുകൊണ്ട് തന്നെ ബഹുദൂരം ഇതൊരു ബിസിനസായി പടർത്തിരിക്കുന്നു

(ഫാദർ ഒ. തോമസ് ഓർത്തഡോക്സ് തിയോളജിക്കൽ സെമിനാരി പ്രിൻസിപ്പൽ കോട്ടയം)





നിയമ ബോധനം

ദൈനംദിന ജീവിതത്തിൽ ഏവരും അവശ്യം അറിഞ്ഞിരിക്കേണ്ട ചില നിയമ ങ്ങളെ പ്രതിപാദിക്കുന്ന ഒരു പംക്തിയാണ് നിയമ ബോധനം. എന്താണ് നിയമം, ആർക്കാണ് അത് ആവശ്യമായി വരുന്നത്, എങ്ങനെയാണ് നിയമം പാലിക്കപ്പെടേണ്ടത് തുടങ്ങി നിരവധി മാനങ്ങളിലൂടെ നിയമത്തിന്റെ സാദ്ധ്യതകളെ പ്രശസ്ത അഡ്വക്കേറ്റ് സിന്ധു ഗോപാലകൃഷ്ണൻ പരിചയപ്പെടുത്തുന്നു.

തൊഴിൽ സ്ഥലത്ത് സ്ത്രീകൾക്ക് നേരെയുണ്ടാകുന്ന ലൈംഗിക പീഢനം (തടയലും നിരോധിക്കലും പരിഹാരവും) ആക്റ്റ് 2013

തൊഴിൽ സ്ഥലത്ത് സ്ത്രീകളെ ലൈംഗികമായി പീഡിപ്പിക്കുന്നതിനെതിരായി സംരക്ഷണം നൽകുന്നതിനും അത് തടയുന്നതിനും ലൈംഗിക പീഢനം സംബന്ധിച്ച പരാതികൾ പരിഹരിക്കുന്നതിനും അതുമായി ബന്ധപ്പെട്ടതായ കാര്യങ്ങൾക്കുമായി വ്യവസ്ഥ ചെയ്യുന്നതാണ് ഈ നിയമം.

ഈ നിയമത്തിൽ 'ലൈംഗിക പീഢനം' എന്നാൽ താഴെപ്പറയുന്ന നേരിട്ടോ അല്ലെങ്കിൽ മറ്റു വിധത്തിലോ ഉള്ള അനഭിമതമായ ഒന്നോ അതിലധികമോ പ്രവൃത്തി ഉൾപ്പെടുന്നു. അതായത്

1. ശാരീരിക സ്പർശനം

2. ലൈംഗിക പ്രീതിയ്ക്കായുള്ള ആവശ്യപ്പെടൽ

3. ലൈംഗികചുവയുള്ള റിമാർക്കുകൾ

4. ലൈംഗിക സ്വഭാവമുള്ള മറ്റേതെങ്കിലും അനഭിമതമായ ശാരീരികമോ, വാച്യമോ, വ്യംഗ്യമോ ആയ പെരുമാറ്റം.

ഏതെങ്കിലും തൊഴിൽ സ്ഥലത്ത് വെച്ച് ഒരു സ്ത്രീയും ലൈംഗികപീഢനത്തിന് വിധേയയാകുവാൻ പാടുള്ളതല്ല. മറ്റു സാഹചര്യങ്ങൾക്കിടയിൽ താഴെപ്പറയുന്ന സാഹചര്യങ്ങളിൽ ലൈംഗിക പീഢനവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ഏതെങ്കിലും പ്രവൃത്തിയുമായോ പെരുമാറ്റവുമായോ ബന്ധപ്പെട്ടോ ഇത് സംഭവിക്കുകയോ നിലനിൽക്കുകയോ ചെയ്യുകയാണെങ്കിൽ അത് ലൈംഗിക പീഢനമായി തീരുന്നതാണ്.

1.അവളുടെ തൊഴിലിൽ പ്രത്യേക പരിഗണന നൽകാമെന്നുള്ള പ്രത്യക്ഷമോ പരോക്ഷമോ ആയ വാഗ്ദാനം; അല്ലെങ്കിൽ

2.അവളുടെ തൊഴിലിൽ ഹാനികരമായ പരിഗണന ഉണ്ടാകുമെന്നുള്ള പ്രത്യക്ഷമോ പരോക്ഷമോ ആയ ഭീഷണി; അല്ലെങ്കിൽ

3.നിലവിലുള്ളതോ ഭാവിയിലെയോ തൊഴിൽ സ്ഥിതിയെ സംബന്ധിച്ച് പ്രത്യക്ഷമോ പരോക്ഷമോ ആയ ഭീഷണി; അല്ലെങ്കിൽ

4.അവളുടെ തൊഴിലിൽ ഇടപെടുകയോ അവൾക്ക് പ്രകോപനപരമോ, ആക്രമണപരമോ ശത്രുതാപരമോ ആയ തൊഴിൽ സാഹചര്യം ഉണ്ടാക്കുകയോ ചെയ്യുക.

5. അവളുടെ ആരോഗ്യത്തെയും സുരക്ഷയെയും ബാധിച്ചേക്കാവുന്ന വിധത്തിൽ അപമാനകരമായ പരിഗണന.

ഈ നിയമപ്രകാരം എല്ലാ തൊഴിൽ സ്ഥലത്തും ഒരു ഇന്റേണൽ കംപ്ലയിന്റ്സ് കമ്മിറ്റിക്ക് രൂപം നൽകേണ്ടതാണ്. എന്നാൽ ആ തൊഴിൽ സ്ഥലത്തിന്റെ ഓഫീസുകളോ അഡ്മിനിസ്ട്രേറ്റീവ് യൂണിറ്റുകളോ വിവിധ സ്ഥലങ്ങളിലോ ഡിവിഷണൽ തലങ്ങളിലൊ ആയി സ്ഥിതി ചെയ്യുന്നുവെങ്കിൽ അഡ്മിനിസ്ട്രേറ്റീവ് യൂണിറ്റുകളിലോ ഓഫീസുകളിലോ ആയിരിക്കണം ഇന്റേർണൽ കമ്മിറ്റി സ്ഥാപിക്കേണ്ടത്. പത്തിൽ താഴെ തൊഴിലാളികൾ മാത്രം ഉള്ളതിനാൽ കംപ്ലയിന്റ്സ് കമ്മിറ്റി രൂപീകരിക്കാത്തതോ അല്ലെങ്കിൽ പരാതി തൊഴിലുടമയ്ക്ക് എതിരായിട്ടുള്ളതോ ആയ സംഗതികളിൽ അങ്ങനെയുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളിൽ നിന്നും ലൈംഗിക പീഢനം സംബന്ധിച്ച പരാതികൾ സ്വീകരിക്കുന്നതിന് 'ലോക്കൽ കംപ്ലയിന്റ്സ് കമ്മിറ്റി' എന്നറിയപ്പെടുന്ന ഒരു കമ്മിറ്റിക്ക് ' ജില്ലാ ഓഫീസറായി ' വിജ്ഞാപനം ചെയ്യപ്പെടുന്ന ഉദ്യോഗസ്ഥൻ രൂപം നൽകേണ്ടതാണ്.

ജില്ലാ ഓഫീസർ ഗ്രാമപ്രദേശങ്ങളിലെയും അല്ലെങ്കിൽ ഗോത്രവർഗ്ഗ പ്രദേശങ്ങളിലെയും ബ്ലോക്ക്, താലൂക്ക്, തഹസീൽ തലങ്ങളിലും പട്ടണങ്ങളിൽ വാർഡ്, മുൻസിപ്പാലിറ്റി തലങ്ങളിലും പരാതികൾ സ്വീകരിക്കുന്നതിലേയ്ക്കും അത് എഴു ദിവസത്തിനുള്ളിൽ ലോക്കൽ കംപ്ലയിന്റ്സ് കമ്മിറ്റിക്ക് അയച്ച്കൊടുക്കുന്നതിലേയ്ക്കുമായി ഒരു നോഡൽ ഓഫീസറെ നിയമിക്കേണ്ടതാണ്.

ലോക്കൽ കംപ്ലയിന്റ്സ് കമ്മിറ്റിയുടെ ആധികാരം എതു ജില്ലയ്ക്ക് വേണ്ടിയാണോ രൂപീകരിച്ചത് ആ ജില്ലയുടെ ഭൂപ്രദേശങ്ങളിൽ വ്യാപിക്കുന്നതാണ്.

(തുടരും)



അഡ്വ. സിന്ധു ഗോപാലകൃഷ്ണൻ

ശേഷം വിശേഷം

അരങ്ങൊഴിഞ്ഞ മുത്തശ്ശി

വിസ്മയങ്ങൾ വേണ്ടുവോളം ഒരുക്കിയ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടെ വിടവാങ്ങലുകൾ! പത്രലോകത്തെ ഒളിയമ്പുകൾ! പത്രസ്ഥാപനങ്ങളിലെ ഇടനാഴികളിൽ രൂപം കൊണ്ട കൊടുങ്കാറ്റുകൾ! കടലാസ് യുദ്ധങ്ങൾ! ഉഗ്രപ്രതാപികളായ പത്രാധിപന്മാരുടെ വീരകഥകൾ, കുതികാൽ വെട്ടൽ, പിടിച്ചടക്കൽ, പകപോക്കൽ എല്ലാം അനാവരണം ചെയ്യുന്നു കാർട്ടൂണിസ്റ്റും പത്രപ്രവർത്തകനും മൈൻഡ്പവർ ട്രെയിനറുമായ ജോഷി ജോർജ് 'ശേഷം വിശേഷം'എന്ന പരമ്പരയിലൂടെ....!

ടൈംസ് ഓഫ് ഇന്ത്യ ദിനപത്രത്തിന്റെ ഭാഗമായി 1880ൽ ആരംഭിച്ച ദി ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലി ഓഫ് ഇന്ത്യ രംഗം ഒഴിഞ്ഞത് 1983 നവംബർ 13നാണ്. 113 വർഷത്തെ പാരമ്പര്യമുള്ള ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട വാരികകളിൽ ഒന്നാണ് അങ്ങനെ നമുക്ക് നഷ്ടമായിരിക്കുന്നത്.

ദി ടൈംസ് ഓഫ് ഇന്ത്യ ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലി എന്ന പേരിൽ ടൈംസ് ഓഫ് ഇന്ത്യ പത്രത്തിനൊപ്പം വായനക്കാർക്ക് കിട്ടിയിരുന്ന ഈ പ്രസിദ്ധീകരണം 1901 മുതലാണ് പേരുമാറ്റി സ്വതന്ത്ര വാരികയായി രംഗത്തു വന്നത്. ദി ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലി ഓഫ് ഇന്ത്യയായി മാറിയെങ്കിലും അതിൽ കാര്യമായ ഇലസ്ട്രേഷനോ, ഇന്ത്യയോ ഉണ്ടായിരുന്നില്ല.

1948 മുതൽ ഈ രീതിമാറി. സ്ത്രീകൾക്കും കുട്ടികൾക്കുമൊക്കെ വേണ്ട വിഭവങ്ങൾ ഒരുക്കി ഒരു കുടുംബ വാരിക എന്ന നിലയിലേയ്ക്ക് ഉയർന്നു. ബെന്നറ്റ് കോൾമാൻ ആൻഡ് കമ്പനിയുടെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള വാരികയുടെ ആദ്യ ഇന്ത്യൻ എഡിറ്ററായി 1959ൽ എ.എസ്.രാമൻ നിയമിക്കപ്പെട്ടു. ഇദ്ദേഹത്തിന്റെ പത്രാധിപത്യത്തിൽ ഇറങ്ങിയ വാരികയിൽ രാമന് എഴുതാനുള്ളതു കഴിഞ്ഞാൽ പിന്നെ പരസ്യം ചേർക്കാനുള്ള സ്ഥലം തന്നെ കമ്മിയാണ്. തമാശയ്ക്കെങ്കിലും അക്കാലത്ത് പ്രചരിച്ചിരുന്ന ഒരു ഡയലോഗായിരുന്നു ഇത്. പത്രാധിപരിങ്ങനെ കഷ്ടപ്പെട്ട് എഴുതാൻ തുടങ്ങിയാൽ പത്രത്തിന്റെ പ്രചാരം കൂടാൻ വിഷമമാണല്ലോ. എങ്കിലും ബ്രിട്ടീഷ് ഭരണകാലത്ത് വിലക്കുകളുണ്ടായിരുന്ന പല വിഷയങ്ങളും രാമൻ വാരികയിലൂടെ അവതരിപ്പിച്ചു. രാഷ്ട്രീയം, മതം, സാമൂഹിക പ്രശ്നങ്ങൾ തുടങ്ങി പലതും അതോടെ ഉപരിവർഗ്ഗത്തിന്റേതായിരുന്ന വാരിക താഴേക്കിടയിലുള്ളവരുടെ ഇടയിലേക്കും ഇറങ്ങിചെല്ലാൻ തുടങ്ങി.

1969ൽ ഖുശ്വന്ത് സിംഗ് ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലിയുടെ പത്രാധിപരായി വന്നതോടെയാണ് പ്രസിദ്ധീകരണത്തിനൊരു കുതിപ്പ് കിട്ടിയത്. ഖുശ്വന്ത് സിംഗ് വാരികയ്ക്കൊരു ജനകീയ മുഖം കൊടുത്തു. ഇന്ത്യയിൽ ഈ പ്രസിദ്ധീകരണമാണ് ആദ്യമായി പോപ്പുലർ ജേർണലിസം എന്ന ആശയം കൊണ്ടുവരുന്നത്. ശരാശരി വായനക്കാരന്റെ പ്രതിനിധി പത്രാധിപരാകുന്ന അസുലഭ നിമിഷങ്ങൾ കാഴ്ചവെച്ചുകൊണ്ട് അദ്ദേഹം വാരികയെ വൻവിജയത്തിലേക്ക് ഉയർത്തി. ആർക്കും പിടികൊടുക്കാത്ത ഖുശ്വന്ത് സിംഗിന്റെ വ്യക്തിത്വം പലപ്പോഴും വിവാദങ്ങൾക്ക് വഴിമരുന്നിട്ടിട്ടുണ്ട്. ഖുശ്വന്ത് സിംഗ് ഉയരങ്ങളിലെത്തിച്ച ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലിയിൽ നിന്നും അദ്ദേഹത്തിന് ജനതാപാർട്ടിയുടെ ഭരണകാലത്ത് രാജിവച്ച് പിരിയേണ്ടിവന്നു. സിംഗ് ഇന്ദിരാഗാന്ധിയെ തുണയ്ക്കുന്നുവെന്ന് പറഞ്ഞ് അന്നത്തെ പ്രധാനമന്ത്രി മൊറാർജി ദേശായി



പ്രതീഷ് നന്ദി



അനിൽ ധാർക്കർ

യുടെ സമ്മർദ്ദത്തെത്തുടർന്നാണ് ഈ പിരിച്ചുവിടൽ തന്ത്രം അരങ്ങേറിയത്.

ഖുശ്വന്ത് സിംഗിനെ യാത്രയാക്കിയശേഷം മറ്റൊരു ഖുശ്വന്തിനെ തിരക്കിയുള്ള യാത്രയിലാണ് പ്രതീഷ് നന്ദിയെ ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലിക്ക് കിട്ടുന്നത്. വാരികയുടെ ഉടമസ്ഥരായ ജയിൻ കുടുംബത്തിലെ ഒരു പ്രധാന അംഗവുമായി ചങ്ങാത്തം ഉണ്ടായിരുന്നതിനാൽ ടൈംസ് ഗ്രൂപ്പിന്റെ പത്രങ്ങളൊഴിച്ചുള്ള എല്ലാ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടേയും എഡിറ്റോറിയൽ ഡയറക്ടറായിട്ടായിരുന്നു പ്രതീഷ് നന്ദിയുടെ നിയമനം.

ഞങ്ങൾ താൽക്കാലികമായി രംഗം ഒഴിയുന്നു. വേദനയോടെ. പക്ഷേ ഞങ്ങൾ മടങ്ങിവരും. എന്നാൽ നീണ്ട 34 സംവത്സരം പിന്നിട്ടിട്ടും ആ പ്രസിദ്ധീകരണത്തിന് ഉയിർത്തെഴുന്നേൽക്കാനായില്ല.

വീക്കിലിയുടെ മാസ്റ്റ്ഹെഡ്ഡിൽ എഡിറ്റർ പ്രതീഷ് നന്ദി എന്ന് അച്ചടിച്ചു തുടങ്ങുന്ന പേരുകൾ അവസാനിക്കുന്നത് പബ്ലീഷർ പ്രതീഷ് നന്ദിയിൽ തന്നെയായിരുന്നു. നന്ദിയുടെ കാലത്തായിരുന്നു വാരികയിൽ ഏറെ മാറ്റങ്ങൾ ഉണ്ടായത്. അത്യാധുനിക അച്ചടി സൗകര്യങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് വാരികയെ കാഴ്ചയ്ക്ക് മനോഹരമാക്കി. പരിസ്ഥിതി പ്രശ്നങ്ങൾ, അഴിമതി ഉൾപ്പെടെയുള്ള വിഷയങ്ങൾ അവതരിപ്പിച്ചതിലൂടെ ചെറിയൊരു ചലനം സൃഷ്ടിക്കാൻ പ്രതീഷ് നന്ദിക്കു കഴിഞ്ഞു. എന്നാൽ അത് നിലനിർത്താൻ അദ്ദേഹത്തിനൊട്ട് ആയതുമില്ല. അതിനു ഒരു കാരണം ക്രമാതീതമായ ഗോസിപ്പുകളാണ്. വാരികയുടെ വിശ്വസനീയത നഷ്ടമാകാൻ ഇതു കാരണമായി.പലപ്പോഴും വാർത്ത അച്ചടിച്ചശേഷം തെറ്റായി റിപ്പോർട്ടു ചെയ്തതിൽ ക്ഷമചോദിച്ചുകൊണ്ടുള്ള പത്രാധിപരുടെ കുറിപ്പ് വാരികയെ വായനക്കാരിൽ നിന്ന് അകറ്റുകയാണ് ചെയ്തത്. ഒരിടയ്ക്ക് ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലി മസാലപ്പത്രത്തിന്റെ ഉത്തമ ഉദാഹരണമായി മാറിയിരിക്കുന്നുവെന്ന് ആ വാരികയിലെ തന്നെ പത്രാധിപസമിതി അംഗമായിരുന്ന ആർ.കെ.ജി. പറയുകയുണ്ടായി.

എപ്പോഴൊക്കെയോ വാരികയുടെ രൂപമാറ്റത്തിൽ ശുഭകരമല്ലാത്ത സംശയം സാക്ഷാൽ പ്രതീഷ് നന്ദിക്കു തന്നെ ഉണ്ടായി. പഴയ ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലി (ഖുഷ്വന്ത് സിംഗിന്റെ കാലത്തെ)യാണ് തനിക്കിഷ്ടമെന്ന് അതിന്റെ എഡിറ്റർ ആയിരിക്കുമ്പോൾ തന്നെ പ്രതീഷ് നന്ദി പറഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. പത്രമാസികകളുടെ ലോകത്ത് കൂടുതൽ മത്സരം വന്നതോടെ സാങ്കേതികമായ മാറ്റങ്ങൾ വരുത്തുവാൻ ഞങ്ങൾ നിർബന്ധിതരായി എന്നാണ് അദ്ദേഹം പറയുന്നത്.

ഇതിനുപുറമെ ഒട്ടുമിക്ക ദിനപത്രങ്ങളുടേയും ഞായറാഴ്ചപ്പതിപ്പുകൾ കൂടുതൽ കൂടുതൽ മനോഹരവും ഈടുറ്റതും തടിച്ചതുമായതോടെ ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലിയ്ക്ക് കടുത്ത മത്സരം നേരിടേണ്ടി വന്നു. മാത്രമല്ല, സ്വന്തം പ്രസിദ്ധീകരണ ഗ്രൂപ്പിലെ സൺഡേ ടൈംസും (ടൈംസ് ഓഫ് ഇന്ത്യയുടെ ഞായറാഴ്ചപ്പതിപ്പ്) ഇൻഡിപ്പെൻഡന്റിന്റെ മെട്രോ പൾസും (ഇത് അന്ന് ശനിയാഴ്ച തോറും ഇറങ്ങിയിരുന്നു) പാളയത്തിലെ പടയായി മാറി.

അപ്പോഴൊക്കേയും പ്രതീഷ് നന്ദി പല പല പരിഷ്ക്കാരങ്ങളിലൂടെ ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലിയെ മുന്നോട്ടുകൊണ്ടുപോകാൻ നോക്കി. ഇന്ത്യയിൽ ആദ്യമായി മുഴുനീളെ കളറിൽ വാരികയെ അണിയിച്ചൊരുക്കി നോക്കി. ഒരു ഇരുപത്ഇഞ്ച് ടിവി സ്ക്രീനിനേക്കാൾ 44 ശതമാനം വലുപ്പകൂടുതലോടെ പ്രസിദ്ധീകരിച്ചു നോക്കി. ഒടുവിൽ വാരികയുടെ പരസ്യത്തിനുവേണ്ടി പത്രാധിപരായ പ്രതീഷ് നന്ദി തലമുണ്ഡനം ചെയ്ത് മോഡലായി നിന്നുകൊണ്ടുള്ള പരസ്യം പ്രചരിപ്പിക്കുക കൂടി ചെയ്തു നോക്കി എന്നിട്ടും ഫലം കാണാതായപ്പോൾ പ്രതീഷ് നന്ദി പത്രാധിപസ്ഥാനം

ഉപേക്ഷിച്ച് സ്ഥലം കാലിയാക്കി.

പിന്നെ അനിൽ ധാർക്കറുടെ ഊഴമായിരുന്നു. ആകെ കുത്തഴിഞ്ഞുപോയ വാരികയെ ചെത്തി ചിന്തേരിട്ട് ഒരൊതുക്കമുള്ള രൂപത്തിലാക്കി. വില പത്തു രൂപയിൽ നിന്ന് അഞ്ച് രൂപയാക്കി കുറച്ചു. അതിനു ഫലമുണ്ടാകുകയും ചെയ്തു. ഏതാണ്ട് എട്ടു മാസംകൊണ്ട് വാരികയെ ഒന്നു പച്ചപിടിപ്പിച്ചു. പ്രചാരം മെല്ലെ മെല്ലെ ഉയരാൻ തുടങ്ങി. അനിൽ ധാർക്കർ വാരികയുടെ ചുമതല ഏറ്റെടുക്കുമ്പോൾ വെറും നാൽപ്പതിനായിരം കോപ്പികളാണ് വിറ്റഴിച്ചിരുന്നതെങ്കിൽ സ്ഥാപനം അടച്ചു പൂട്ടുമ്പോൾ അത് ഇരട്ടിയിലേറെയായി. എന്നിട്ടും എന്തേ ഇങ്ങനെ സംഭവിച്ചത്? പരസ്യത്തിന്റെ അഭാവം. എല്ലാ മാധ്യമങ്ങളുടേയും സാമ്പത്തികമായ ആശ്രയം പരസ്യം തന്നെയാണല്ലോ. ടെലിവിഷൻ വന്നതോടെ പരസ്യങ്ങൾ ഏറെയും അങ്ങോട്ടേയ്ക്ക് ഒഴുകി. പരസ്യങ്ങളുടെ കാര്യത്തിൽ പിന്നോക്കം പോയ വാരികയ്ക്ക് അതിൽനിന്ന് കരകയറാൻ കഴിയാതിരുന്നത് വലിയ തകർച്ചയ്ക്ക് കാരണമായി. വാരികയുടെ പതിനായിരക്കണക്കിന് വായനക്കാരെപ്പോലെ തന്നെ അതിന്റെ അണിയറയിൽ പ്രവർത്തിച്ചിരുന്നവരും ഏറെ പരിതപിക്കുന്നു വാരികയുടെ വേർപാടിൽ!

ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലിയുമായി ഏറെ ആത്മബന്ധമുള്ള ഖുശ്‌വന്ത് സിംഗ് അന്നു പറഞ്ഞത് സ്വന്തം കുഞ്ഞിന്റെ മരണംപോലെ വേദനാജനകമാണ്. ഈ സംഭവം എന്നാണ് കുറെ നാളായി അതിന്റെ ശോഭ മങ്ങുന്നത് കാണുന്നുണ്ടായിരുന്നു. ഇപ്പോൾ അത് അപ്രത്യക്ഷമായിരിക്കുന്നു.

എന്നാൽ അടച്ചു പൂട്ടലിനു സാക്ഷിയാകേണ്ടി വന്ന അവസാനത്തെ എഡിറ്റർ അനിൽ ധാർക്കർ പറഞ്ഞതിങ്ങനെയാണ്. ഞങ്ങൾ താൽക്കാലികമായി രംഗം ഒഴിയുന്നു. വേദനയോടെ. പക്ഷേ ഞങ്ങൾ മടങ്ങിവരും. എന്നാൽ നീണ്ട 34 സംവത്സരം പിന്നിട്ടിട്ടും ആ പ്രസിദ്ധീകരണത്തിന് ഉയിർത്തെഴുന്നേൽക്കാനായില്ല.

ബെന്നറ്റ് കോൾമാൻ കമ്പനിയ്ക്ക് അടച്ചുപൂട്ടൽ പുത്തരിയല്ല. ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും പഴക്കമേറിയ സായാഹ്ന പത്രമായിരുന്ന ഈവനിംഗ് ന്യൂസ് ഓഫ് ഇന്ത്യ പത്രലോകത്തെ കഴുത്തറപ്പൻ മത്സരത്തിനിടയിൽ പിടിച്ചു നിൽക്കാനാകാതെ 1987- ൽ അതും വിസ്മൃതിയിലായി.

വാരികയുടെ ദുരന്തം ഒരു പോസ്റ്റ്മോർട്ടം

കോളമിസ്റ്റുകളും അല്ലാത്തവരുമായ എഴുത്തുകാരുടെ കൃതികൾ പരിശോധിക്കുന്നതിന് പത്രാധിപന്മാർ വച്ചിരിക്കുന്ന മാനദണ്ഡങ്ങളിലൊന്ന് മുട്ട ചീഞ്ഞതാണോ എന്നറിയാൻ തിന്നു നോക്കേണ്ട മണത്തു നോക്കിയാൽ മതിയാകും എന്നാണ്. ഈ മാനദണ്ഡം തന്നെ മതി വായനക്കാർക്ക് ഒരു പത്രാധിപരെ വിലയിരുത്താനും. പ്രതീഷ് നന്ദിയുടെ കാലത്ത് ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലിയിൽ അരുൺ ഷൂറി മഹാത്മ ഗാന്ധിയെക്കുറിച്ച് ഒരു നീണ്ട ലേഖനം എഴുതുകയുണ്ടായി. അത് സെറ്റുചെയ്യാൻ ഒരു നല്ല ചിത്രം വേണം. ആ ചിത്രം എന്തായിരുന്നെന്നോ? സർ റിച്ചാർഡ് ആറ്റൻബറോയുടെ ഗാന്ധിസിനിമയിൽ നിന്നൊരു രംഗം! ഗാന്ധിജിയുടെ കളർചിത്രം ഇല്ലെങ്കിലെന്ത്, ഗാന്ധിയായിഅഭിനയിച്ച ബെൻ കിങ്സ്‌ലിയുടെ കളർ ചിത്രം ധാരാളം കിട്ടുമല്ലോ. അതുപോരെ? ലേഖനത്തിന്റെയോ ഗാന്ധിജിയുടേയോ സ്പിരിറ്റുമായി ഒരു വിധത്തിലും ഒത്തുചേരാത്ത ഒരു തീരുമാനം. തന്റെ തൊഴിലിനോട് അർപ്പണ ബോധമുള്ള, ബഹുമാനമുള്ള ഒരു പത്രാധിപരും ചെയ്യാത്ത വികൃതി. ഒരിക്കൽ പ്രതീഷ് നന്ദി ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും പ്രസിദ്ധരായ അൻപത് പേരെന്ന് സർട്ടിഫിക്കറ്റ് കൊടുത്ത് ഒരു ലിസ്റ്റും ഫോട്ടോയും ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലിയിൽ അച്ചടിച്ചിരുന്നു. ആ ലിസ്റ്റിൽ പ്രതീഷ് നന്ദിക്ക് വേണ്ടപ്പെട്ടവരും ബാക്കി പകുതി അദ്ദേഹത്തിന് ഭാവിയിൽ ആവശ്യം വരുന്നവരുമായിരുന്നു. ലിസ്റ്റിൽ പത്തു ശതമാനമെങ്കിലും ടൈംസ് പബ്ലിക്കേഷന്റെ ഉടമകളായ ബെന്നറ്റ് കോൾമാൻ ആൻഡ് കമ്പനിയുടെ തലപ്പത്തുള്ളവർ - എഴുത്തുകാർ, ടൈംസിന്റെ കാർട്ടൂണിസ്റ്റ് തുടങ്ങി കമ്പനിയുമായി ഏറെ ബന്ധമുള്ളവർ! ഒരു നല്ല പത്രാധിപരും പത്രാധിപരാകാൻ യോഗ്യതയില്ലാത്തവരും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം കണ്ടുപിടിക്കാൻ ഒരു എളുപ്പവഴിയുണ്ട്. പ്രശസ്തരുടെ പേരിനു പിന്നാലെയുള്ള പോക്ക്. പത്രാധിപർ മോശമാകുമ്പോൾ അദ്ദേഹം അച്ചടിക്കാൻ തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നത് പേരെടുത്ത എഴുത്തുകാരുടെ മോശപ്പെട്ട കൃതികളായിരിക്കും. മറിച്ചാണെങ്കിൽ കൃതികളുടെ മേന്മയ്ക്കായിരിക്കും മുൻ തൂക്കം. ആയതിലേക്ക് അച്ചടിക്കാൻ തെരഞ്ഞെടുക്കുന്ന ഉരുപ്പടി മനസ്സിരുത്തി വായിച്ച് മേന്മ കണ്ടെത്താനുള്ള തന്റേടവും ക്ഷമയും പത്രാധിപർക്കുണ്ടായിരിക്കണം.

പത്രാധിപർ ഒരു പ്രസിദ്ധീകരണത്തെ തന്റെ അതുവരെയുള്ള അറിവിന്റെയും അനുഭവത്തിന്റെയും മുൻവിധികളുടേയും ഉള്ളിൽ ഒതുക്കാൻ ശ്രമിക്കരുത്. (മനുഷ്യ സഹജമാണ് ഈ വാസന) അതായത് ഒരു വമ്പൻ കമ്പനിയുടെ ഹൗസ് ജേർണൽ ആയി പ്രസിദ്ധീകരണത്തെ കൈകാര്യം ചെയ്യുക. ഇനി ദി ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലി ഓഫ് ഇന്ത്യയുടെ പ്രതീഷ് നന്ദി എഡിറ്റർ ആയിരുന്ന കാലത്തെ പതിപ്പുകൾ ശ്രദ്ധിച്ചു നോക്കുക. പ്രതീഷ് നന്ദി എന്ന പത്രാധിപരുടെ പ്രസക്തി അപ്പോൾ മനസ്സിലാകും.

വീഞ്ഞുകോപ്പയിലെ ചിരിയും ചിന്തയുമായ് ഒരു നൂറ്റാണ്ട്

വീണ്ടും ഖുശ് വന്ത് സിംഗിലേക്കുതന്നെ മടങ്ങാം. ജീവിതം നർമ്മ മധുരമായ ഒരു പാത്രം വീഞ്ഞായിരുന്നു അദ്ദേഹത്തിന്. സുദീർഘമായ ജീവിതത്തിന്റെ രഹസ്യവും ഒരു പക്ഷെ ഇതുതന്നെയായിരുന്നിരിക്കാം. ഏത് ഗഹനമായ വിഷയവും നർമ്മം ചാലിച്ച് നിത്യ ജീവിതാനുഭവങ്ങളോട് ചേർത്തു വയ്ക്കാൻ അസാധാരണമായൊരു കഴിവ് ഖുശ്‌വന്ത് സിംഗിന് എന്നുമുണ്ടായിരുന്നു. പത്രപ്രവർത്തകനും എഴുത്തുകാരനും എന്ന നിലയിൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ വിജയവും അതു തന്നെയായിരുന്നു.

അപ്രിയ സത്യങ്ങൾ വിളിച്ചു പറഞ്ഞതിന് പല വട്ടം വിവാദങ്ങളുടെ കേന്ദ്രബിന്ദുവായ ഖുശ്‌വന്ത് സിംഗിന് ഇനിയുമേറെയുണ്ട് വിശേഷണങ്ങൾ ഖുശ്‌വന്ത് സിംഗ് 1915ൽ ഒരു ധനിക കുടുംബത്തിലാണ് ജനിച്ചത്. കുടുംബം വിദ്യാഭ്യാസപരമായി അത്ര ഉയർന്ന നിലയിലായിരുന്നില്ല.



കൊച്ചിൻ ഹൗസ്

ഡൽഹിയിൽ ഏറെ ശോഭിച്ച ഇവരുടെ കുടുംബം സർഗോദയിൽ നിന്നുള്ള ഖുറാനാക്കാരായിരുന്നു. അദ്ദേഹത്തിന്റെ പിതാവ് സർശോഭാസിംഗ് നൈറ്റ് ഗുഡ് പദവി ലഭിച്ച ഡൽഹിയിലെ പ്രഗൽഭനായ കോൺട്രാക്റ്ററായിരുന്നു. പ്രാഥമിക വിദ്യാഭ്യാസത്തിനുശേഷം ഐ.സി.എസ്. പരീക്ഷക്കിരിക്കാനാണ് ഖുശ്‌വന്ത് സിംഗിനെ ലണ്ടനിലേക്ക് അയച്ചതെങ്കിലും അദ്ദേഹം ലണ്ടൻ സ്കൂൾ ഓഫ് എക്കണോമിക്സിൽ നിന്ന് ബിരുദം നേടുകയാണുണ്ടായത്. അതിനുശേഷം നിയമം പഠിച്ച് അതിലും ബിരുദം നേടി.

ഇന്ത്യാ – പാക്ക് വിഭജനത്തെത്തുടർന്ന് ഖുശ്‌വന്ത് സിംഗ് ഇന്ത്യൻ ഫോറിൻ സർവീസിൽ ചേർന്നു. ലണ്ടനിലും ഒട്ടാവയിലും പാരീസിലും ജോലി ചെയ്തു. ഇക്കാലത്താണ് ചെറുകഥ എഴുതി നോക്കുന്നത്. അതിൽ വിജയം കണ്ടതോടെ ചില കഥകൾ പ്രസിദ്ധീകരണത്തിന് നൽകി. അത് എങ്ങും സ്വീകാര്യമായതിനെ തുടർന്ന് നോവലുകളും എഴുതാൻ തുടങ്ങി. 1955ൽ ഖുശ്‌വന്ത് സിംഗിന്റെ ഒരു നോവലിന് അമേരിക്കൻ പബ്ലീഷിംഗ് ഹൗസ് ഏർപ്പെടുത്തിയ അവാർഡ് ലഭിച്ചതോടെയാണ് പ്രശസ്തിയുടെ ആരംഭം.

1971ൽ നമ്മുടെ കേരളം സന്ദർശിക്കാനും ഖുശ്‌വന്ത് സിംഗ് സമയം കണ്ടെത്തിയിരുന്നു. അതേക്കുറിച്ച് അദ്ദേഹം ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലിയിൽ എഴുതുകയും ചെയ്തിരുന്നു. കേരളത്തോട് ഡൽഹി വഴി മറ്റൊരു ബന്ധം കൂടിയുണ്ട് അദ്ദേഹത്തിന്. ഡൽഹിയിൽ കേരളത്തിന്റെ പ്രതീകമായ കേരളഹൗസിനും ഖുശ്‌വന്ത് സിംഗുമായി വളരെ അടുത്തബന്ധമാണുള്ളത്. ഇപ്പോഴത്തെ കേരള ഹൗസിലെ കൊച്ചിൻഹൗസ് എന്ന കെട്ടിടത്തിലാണ് ഖുശ്‌വന്ത്സിംഗ് ബാല്യകാലം ചെലവഴിച്ചത്. അതേക്കുറിച്ചും ഒരിക്കൽ അദ്ദേഹം എഴുതിയിരുന്നു. ജന്തർ മന്ദർറോഡിലെ തന്റെ വീട്ടിൽ ഡൽഹിയിലെ തണുപ്പിന്റെ കാഠിന്യം ഏറെ അറിഞ്ഞിട്ടുണ്ടെന്നും ആ വീടു തന്നെയാണ് ഇന്നത്തെ കേരളഹൗസ് എന്നും അദ്ദേഹം പറയുകയുണ്ടായി. ബ്രിട്ടീഷ് ഭരണകാലത്ത് രാജ്യ തലസ്ഥാനം കൊൽക്കത്തയിൽ നിന്നും ഡൽഹിയിലേക്ക് മാറ്റി സ്ഥാപിക്കുന്നതിന്റെ ഭാഗമായി സർ എഡ്വിൻ ല്യൂട്യൻസിന്റെ കരാറുമായിട്ടാണ് പാക്കിസ്ഥാനിലെ പഞ്ചാബ് പ്രവശ്യയിലെ ഹദാലി എന്ന സ്ഥലത്തെ സർദാർ സുജൻ സിംഗും മകൻ ശോഭാസിംഗും 1911 ൽ ഡൽഹിയിൽ എത്തുന്നത്. ആ ശോഭാസിംഗിന്റെ മകനാണ് വിശ്വപ്രസിദ്ധനായിത്തീർന്ന ഖുശ്‌വന്ത് സിംഗ്.

ഡൽഹി നഗരം നിർമ്മിക്കുന്നതിനായി എത്തിയ സുജൻ സിംഗ് ജന്തർ മന്ദിർ റോഡിൽ ആദ്യ കെട്ടിടം പണിപൂർത്തിയാക്കി. അതാണ് കേരള ഹൗസിനുള്ളിലെ കൊച്ചിൻ ഹൗസ് പൈതൃക മന്ദിരം. സിംഗ് കുടുംബത്തിന് താമസിക്കാൻ വേണ്ടി പണികഴിപ്പിച്ച ആ ഭവനത്തിന്റെ പേര് വൈകുണ്ഠ് എന്നായിരുന്നു. പിന്നീട് കുടുംബത്തിനുണ്ടായിരുന്ന സാമ്പത്തിക ബാധ്യതയെ തുടർന്ന് ഈ ഭവനം ഒന്നര ലക്ഷം രൂപയ്ക്ക് കൊച്ചി രാജാവിന് വിൽക്കുകയായിരുന്നു. അന്ന് ദിവാനായിരുന്ന ഷൺമുഖം ചെട്ടിയാണ് ഈ വിൽപ്പനയ്ക്ക് നേതൃത്വം നൽകിയത്. അങ്ങനെ വൈകുണ്ഠ് ആദ്യം കൊച്ചിൻ ഭവനും പിന്നീട് കൊച്ചിൻ ഹൗസുമായി. ഇതിനിടെ 1941 മുതൽ രണ്ടു വർഷക്കാലം അമേരിക്കൻ എംബസിയായും ഈ കെട്ടിടം പ്രവർത്തിച്ചിരുന്നു.

സ്വാതന്ത്ര്യാനന്തരം കേരള സംസ്ഥാനം രൂപപ്പെട്ടപ്പോഴാണ് കൊച്ചിൻ ഹൗസ് കേരള ഹൗസ് ആയി മാറുന്നത്. ഇതിനിടെ സുജൻസിംഗിന്റെ തന്നെ ഡൽഹിയിലെ മറ്റൊരു കെട്ടിടം തിരുവിതാംകൂർ രാജാവായിരുന്ന ശ്രീചിത്തിര തിരുനാളും വാങ്ങിയിരുന്നു. അത് പിന്നീട് ട്രാവൻകൂർ പാലസായി മാറി.

നിയമം പഠിച്ച ഖുശ്‌വന്ത് സിംഗ് അഭിഭാഷക വൃത്തിയേക്കാൾ ഇഷ്ടപ്പെട്ടത് പത്രപ്രവർത്തനമായിരുന്നു. സർക്കാർ പ്രസിദ്ധീകരണമായ യോജന എഡിറ്റ് ചെയ്തുകൊണ്ടായിരുന്നു പത്രപ്രവർത്തനത്തിന് തുടക്കം കുറിച്ചത്.

ദി ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലി ഓഫ് ഇന്ത്യ, നാഷണൽ ഹെറാൾഡ്, ഹിന്ദുസ്ഥാൻ ടൈംസ് എന്നിവയുടെ പത്രാധിപർ എന്ന നിലയിൽ അദ്ദേഹം ശ്രദ്ധേയനായി. എങ്കിലും ഇലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലിയുടെ പത്രാധിപരെന്ന നിലയിലാണ് അദ്ദേഹം ഏറെ പ്രശസ്തനായത്. അതിനുശേഷം ന്യൂഡൽഹി എന്നൊരു പ്രസിദ്ധീകരണത്തിന്റെ നേതൃത്വം ഏറ്റെടുത്തു. മേനക ഗാന്ധിയുമായി സഹകരിച്ച് ഡേറ്റ് ലൈൻ ഡൽഹി എന്ന ദിനപത്രവും ആരംഭിച്ചെങ്കിലും അത് വേണ്ടത്ര വിജയിച്ചില്ല. തുടർന്നാണ് ദി നാഷ്ണൽ ഹെറാൾഡ്, ഹിന്ദുസ്ഥാൻ ടൈംസ് തുടങ്ങിയ പത്രങ്ങളിൽ പത്രാധിപരായി പ്രവർത്തിച്ചത്. ഖുശ്‌വന്ത് സിംഗിന്റെ പ്രതിവാര പംക്തി ഏറെ പ്രസിദ്ധമായിരുന്നു. എല്ലാവരോടും പകയോടെ (വിത്ത് മാലീസ് ടു വേഡ്സ് വൺ ആൻഡ് ഓൾ) എഴുതിയിരുന്നത് ഇംഗ്ലീഷിലായിരുന്നെങ്കിലും രാജ്യത്തെ എല്ലാ ഭാഷകളിലും ഏതെങ്കിലുമൊരു പത്രം പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരുന്നു. ഇന്ത്യയ്ക്ക് വെളിയിലും ഈ കോളം പടർന്നു. ശ്രീലങ്ക, പാകിസ്ഥാൻ, ബംഗ്ലാദേശ് പത്രങ്ങൾ മാത്രമല്ല ആസ്ട്രേലിയൻ ദിനപത്രങ്ങളും ഈ കോളം സിൻഡിക്കേറ്റ് ചെയ്തിരുന്നു. ഖുശ്‌വന്ത് സിംഗ് ഒരു ഇലക്ട്രിക് ബൾബിൽ കയറിയിരിക്കുന്ന മാറിയോ മിറാ വരച്ച കാർട്ടൂണോടെയുള്ള കോളം മലയാളത്തിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരുന്നത് ദീപിക പത്രത്തിലായിരുന്നു.

അമേരിക്കയിലെ ആർച്ച് ബുക്ക്‌വാൾഡിനോ അതിനേക്കാൾ ഏറെയോ വായനക്കാരുള്ള പംക്തികാരനായി മാറി ഖുശ്‌വന്ത് സിംഗ്.

തുടരും...



ജോഷി ജോർജ്

joshygeorgecartoonist@gmail.com

പത്രപ്രവർത്തകനും ടി.വി. അവതാരകനും മൈൻഡ് പവ്വർ ട്രെയ്നറുമാണ് ലേഖകൻ.



മായാത്ത പരസ്യങ്ങൾ

പരസ്യങ്ങൾ നമ്മുടെയിടയിൽ വരുത്തിയ സ്വാധീനം വ്യത്യസ്തമാണ്. പഴമയുടെ പരസ്യ ഓർമ്മകളിലേക്ക് ഒന്നു കണ്ണോടിച്ചാൽ കാണാൻ സാധിക്കുന്നത് ഗൃഹാതുരതയുണർത്തുന്ന ഈ പരസ്യങ്ങളാവാം.

നൂറ്റാണ്ടുകളുടെ സഞ്ചാര പാത പിന്നിട്ട് പരസ്യങ്ങൾ ജൈത്രയാത്ര തുടർന്നുകൊണ്ടേയിരിക്കുന്നു. അച്ചടി, ശ്രവ്യ, ദൃശ്യ മാധ്യമങ്ങളും കടന്ന് ഡിജിറ്റൽ വിപ്ലവലോകത്തിലേക്ക് ചുവടു വച്ചിരിക്കുന്നു. ആദ്യം ആകാശവാണിയും പിന്നീട് ദൂരദർശന്റെ ബ്ലാക്ക് ആൻഡ് വൈറ്റിന്റെ ചാരുതയുമായി പരസ്യങ്ങൾ നമ്മുടെ സ്വീകരണമുറിയിലേക്ക് രംഗപ്രവേശം ചെയ്തു. പിന്നീട് നിറങ്ങളുടെ മനോഹാരിതയും പിന്നിട്ട്, ചാനലുകളുടെ കടന്നുകയറ്റത്തിൽ പരസ്യങ്ങൾ വന്നാൽ റിമോട്ടെടുത്ത് ചാനൽ മാറ്റുന്ന കാലത്തിലേക്കും കാഴ്ചക്കാരുടെ ശീലം മാറി. എന്നാൽ ഈ വെല്ലുവിളിയെ അതിജീവിക്കാനായി പരസ്യങ്ങളും സിനിമ പോലെ മിഴിവുറ്റതാക്കുകയാണ് പരസ്യകമ്പനിക്കാർ. ഇന്റർനെറ്റിന്റെ ലോകത്തും കളരിയഭ്യാസിയുടെ വഴക്കമുണ്ടെങ്കിലേ പരസ്യങ്ങളിൽ നിന്നും രക്ഷപ്പെട്ടു ആവശ്യമായ കണ്ടന്റ് വായിക്കാൻ കഴിയൂ എന്നതാണ് സ്ഥിതി. ഇതൊന്നുമില്ലാതിരുന്ന കാലത്തും ഇവിടെ പരസ്യങ്ങൾ ഉണ്ടായിരുന്നു. ടിവിയുടെയും ഇന്റർനെറ്റിന്റെയും ബഹളം ഇത്ര ഇല്ലാതിരുന്ന കാലത്ത് പത്രങ്ങളിലും മാസികകളിലും അച്ചടിച്ചുവന്ന പരസ്യങ്ങൾ. ഇതിൽ പലതും ആളുകൾക്ക് പ്രിയപ്പെട്ടവയായിരുന്നു. പോയ കാലത്ത് ആഘോഷിക്കപ്പെട്ടിരുന്ന ചില പരസ്യങ്ങൾ ഗൃഹാതുരതയോടെ ഒന്ന് പിൻതിരിഞ്ഞു നോക്കിയാൽ കാണുന്നത് മനസ്സിൽ പതിഞ്ഞ ചില പരസ്യവാചകങ്ങൾ ഇവയായിരിക്കും.

അഗ്നിഹോത്രിയുടെ ത്രില്‍ 'ഏറ്റവും മികച്ച കോള' എന്ന വിശേഷണവുമായി എത്തിയ ത്രില്ലിന്റെ മോഡൽ രതി അഗ്നിഹോത്രിയായിരുന്നു. 'എന്റെ ത്രിൽ പങ്കുവെക്കൂ' എന്നതായിരുന്നു പരസ്യവാചകം. ജയപ്രദയുമായി എത്തിയ ലക്സ് സോപ്പ് പരസ്യങ്ങളുടെ തുടക്കകാരിയായി എത്തി 'ആരാണ് നമ്പർ വൺ 'ജയപ്രദ ചോദിക്കുന്നു. സിനിമാതാരങ്ങളുടെ ബ്യൂട്ടി സോപ്പായ ലക്സിന്റെ പരസ്യമാണിത്. നിയമങ്ങളുടെ നിയന്ത്രണങ്ങൾ എത്തും മുൻപേ 'ബഹുകേമം ഈ രുചി' എന്ന വാചകവുമായി ചാംസ് സിഗരട്ട്സ് എത്തി. പുകവലി ആരോഗ്യത്തിന് ഹാനികരം എന്ന് പോലും എഴുതിയിരുന്നില്ല ചാംസിന്റെ പരസ്യത്തിൽ. കൂൾ ഡ്രിങ്ക്സിന്റെ ശ്രേണിയിൽ നിന്നും ക്യാമ്പാ കോള രുചിയുടെ അടപ്പു തുറന്നു. കൂൾഡ്രിങ്ക്സ് പരസ്യങ്ങളിലെ ഒരു കാലത്തെ പ്രശസ്തനായിരുന്നു ഓറഞ്ച് രുചിയുമായി എത്തിയ ക്യാമ്പാ കോള. കുട്ടികളെ ഏറെ ആകർഷിച്ച പരസ്യമായിരുന്നു 'ബൂസ്റ്റ് ഈസ് ദ സീക്രട്ട് ഓഫ് മൈ എനർജി' എന്നത് സച്ചിൻ പറയുന്നത് കേട്ട് എത്ര പേർ ബൂസ്റ്റ് വാങ്ങി കുടിച്ചിട്ടുണ്ടാകും. 'യേ ദിൽ മാംഗേ മോർ' കൊക്കകോളയെപ്പോലെ തന്നെ ഇന്ത്യൻ വിപണി കീഴടക്കാൻ പെപ്സിയെ സഹായിച്ചത് 'യേ ദിൽ മാംഗേ മോർ ആഹാ' എന്ന പരസ്യമായിരുന്നു റേഡിയോ സൂപ്പർഹിറ്റാക്കിയ പരസ്യം. ആ ശബ്ദം ഇന്നും മലയാളിയുടെ കാതിൽ കേൾക്കുന്നുണ്ടാവും 'രാധേ അതിമനോഹരമായിരിക്കുന്നു. എന്നെയാണോ ഉദ്ദേശിച്ചത്. അല്ല നിന്റെ പാചകം. ഓ അതോ അതിന്റെ രഹസ്യം ഇദയം നല്ലെണ്ണ വീട്ടമ്മമാരുടെ ഹൃദയം കവർന്ന പരസ്യം.' മലയാളി കേട്ട് മറന്ന വാചകം. 'ലൈഫ്ബോയ്



എവിടെയോ അവിടെയാണാരോഗ്യം' ഇത് പുതിയ പരസ്യവാചകം. അതിനൊക്കെ മുമ്പ് ലൈഫ്ബോയ് സോപ്പിന്റെ പരസ്യം എങ്ങനെ യായിരുന്നു എന്ന് നോക്കൂ 'ലൈവായി വരൂ ഫ്രഷായി വരൂ' എന്ന വാചകം കുട്ടികളെയും ഏറെ സ്വാധീനിച്ചു.

നിത്യജീവിതത്തിൽ പരസ്യം കേൾക്കാതെ പരസ്യവാചകങ്ങൾ ശ്രദ്ധിക്കാതെ ഒരു ദിവസം കടന്നു പോകില്ല. എന്നാൽ മനസ്സിൽ തങ്ങിനിൽക്കുന്ന പരസ്യങ്ങളുണ്ട്. ഇതിനുകാരണം അവയുടെ ചിത്രീകരണ ഭംഗിയോ പരസ്യവാചകത്തിലെയോ ടാഗ്ലൈനെന്ന അടിക്കുറിപ്പിലെ പ്രത്യേകതകളോ ആയിരിക്കും

'നിങ്ങൾ ഞങ്ങളുടെ ത്രൈയംബക രുദ്രാക്ഷം ഒന്നു വരുത്തി ഉപയോഗിച്ചു നോക്കുക!. ത്രൈയംബക രുദ്രാക്ഷത്തിന് ഒരുറുപ്പികയേ വിലയുള്ളു. എത്ര പണം നിങ്ങൾ ചികിത്സയ്ക്കുവേണ്ടിയും മറ്റുപായങ്ങൾക്കുവേണ്ടിയും ചെലവാക്കി, കൂട്ടത്തിൽ ഒരുറുപ്പികയ്ക്ക് ഒരവസാന പരീക്ഷകൂടി കഴിച്ചുകൂടെന്നോ? ഈ ഉറുപ്പിക വെറുതെപോവുകയില്ലെന്ന് ഞങ്ങൾ ഉറപ്പുതരുന്നു. ഹിമാലയത്തിലെ ഒരു സിദ്ധയോഗിയാണ് ഈ രുദ്രാക്ഷങ്ങളെ മന്ത്രപൂരിതമാക്കിയിരിക്കുന്നത്. ഇന്നുതന്നെ ഒന്നിന് എഴുതുക! ഉപയോഗിച്ച് തൃപ്തിയടയുക! 10ക മണിയോർഡർ ചെയ്യുന്നവർക്ക് 12 രുദ്രാക്ഷം അയയ്ക്കും സിദ്ധ രുദ്രാക്ഷ ഡിപ്പോഡിപ്പാർട്ടുമെന്റ് കോഴിക്കോട്.' പറങ്ങോടനും സഞ്ജയനും കേരള മദ്ദളത്തിലും കേരള കാഹളത്തിലും പ്രസിദ്ധീകരിച്ച പരസ്യങ്ങളിലൊന്നാണിവ. പ്രശസ്ത ഹാസ്യസാഹിത്യകാരൻ എം ആർ നായരെന്ന സഞ്ജയൻ പരസ്യങ്ങളെയും അന്ധവിശ്വാസത്തെയും കളിയാക്കി എഴുതിയ രുദ്രാക്ഷ മഹാത്മ്യത്തിലാണ് ഈ പരസ്യമുള്ളത്. ആ കാലഘട്ടത്തിലെ പരസ്യങ്ങളുടെ സ്വഭാവം ഇതിൽ നിന്നുതന്നെ മനസ്സിലാവും. പരസ്യങ്ങളുടെ ആകൃതിയും പ്രകൃതിയും തന്നെ ഇപ്പോൾ മാറിയിരിക്കുന്നു.

മനസ്സുതൊട്ട ചില പരസ്യങ്ങൾ

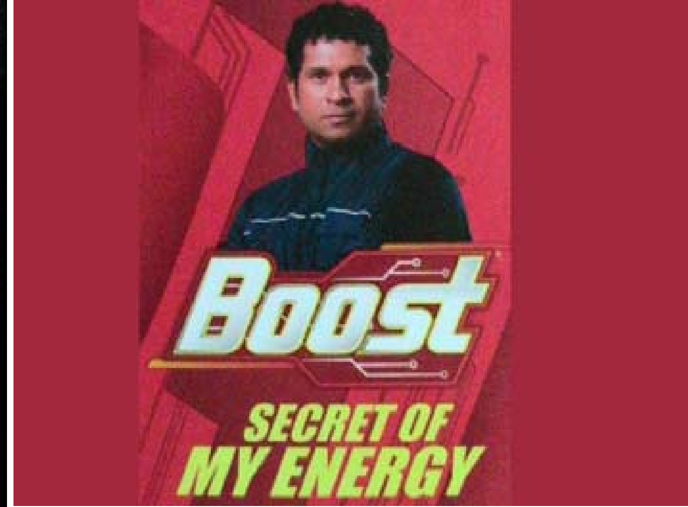
അണിഞ്ഞൊരുങ്ങി പുതിയ സ്റ്റൈലുകൾ പരീക്ഷിച്ചെത്തുന്ന ഒരു കാമുകനാണ് പരസ്യം. തന്നെ നോക്കാതെ പോകുന്ന ആളുകളെ ആകർഷിച്ച് ഒന്നു വീഴ്ത്തുകയെന്നതാണ് പരസ്യത്തിന്റെ പ്രാഥമിക ഉന്നം. വർഷങ്ങൾ കൊണ്ട് പരസ്യങ്ങൾ നമ്മുടെയിടയിൽ വരുത്തിയ സ്വാധീനം വ്യത്യസ്തമാണ്. പഴമയുടെ പരസ്യ ഓർമ്മകളിലേക്ക് ഒന്നു കണ്ണോടിച്ചാൽ കാണാൻ സാധിക്കുന്നത് ഗൃഹാതുരതയുണർത്തുന്ന ഈ പരസ്യങ്ങളാവാം.

'മറ്റ് ഔഷധങ്ങൾ ഫലിക്കാതെ വരുമ്പോൾ കാളൻ നെല്ലായി' തൃശൂർ നെല്ലായിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന ഔഷധ കമ്പനിയുടെ ഈ ആകാശവാണി പരസ്യവാചകം പുതുതലമുറയ്ക്ക് പരിചയം കാണാൻ ഇടയില്ല. ദൂരദർശനും ആകാശവാണിയുമാണ് മലയാളികളുടെ പരസ്യസങ്കൽപ്പങ്ങൾക്ക് ആദ്യകാലത്ത് ശ്രവ്യദൃശ്യരൂപങ്ങൾ നൽകിയത്. 'സത്യം ശിവം സുന്ദരം' ദൂരദർശന്റെ ലോഗോയുടെ താഴെ മിന്നിമറയുന്ന ആപ്തവാക്യം. അതിനു ശേഷം നിജാം പാക്ക്, ഡാബർ, ബ്രാഹ്മിൻസ് പൽപൊടി, രാധാസ്, ചന്ദ്രിക, ഇദയം നല്ലെണ്ണ, നിർമ്മ, റീഗൽ തുള്ളി നീലം, വിക്കോ ടർമറിക്, വീൽ, ഉജാല ഇവയുടെ പരസ്യങ്ങൾ. സർഫിലെ സുഷമാജിയെ പോലെ നമ്മുടെ വീട്ടമ്മമാരെ സ്വാധീനിച്ച മറ്റൊരാൾ കാണില്ല. 'ഹമാരാ ബജാജ്' പരസ്യത്തിനപ്പുറം ഉത്പന്നവുമായി ഉപഭോക്താവിനുള്ള ബന്ധം വെളിപ്പെടുത്തി വർഷങ്ങളോളം മനസുകളിൽ തങ്ങിനിന്ന ഒരു പരസ്യമാണ്, 'അമൂൽ ദ ടേസ്റ്റ് ഒഫ് ഇന്ത്യ' എന്ന പരസ്യവാചകവും. മിൽമയുടെ കേരളം കണികണ്ടുണരുന്ന നന്മയെന്ന സ്ലോഗനും മറക്കാൻ കഴിയില്ല. ബി എം ഡബ്ല്യൂവിനുവേണ്ടി അമിരാറ്റി ആന്റ് പ്യൂരിസ് എന്ന പരസ്യകമ്പനി എഴുതിയ ടാഗ്ലൈനാണ് 'ദ അൾട്ടിമേറ്റ് ഡ്രൈവിംഗ് മെഷീൻ' ഈ വാചകം ബൈക്കിൽ വരെ എഴുതിനടക്കുന്ന രീതിയിൽ ആ വാക്കുകൾ യുവാക്കളെ സ്വാധീനിച്ചു. കാഡ്ബറിയുടെ സ്വന്തം ടാഗ്ലൈനാണ് 'മിൽക്ക് ചോക്കലേറ്റ് മെൽറ്റ്സ് ഇൻ യുവർ മൗത്ത്, നോട്ട് ഇൻ യുവർ ഹാൻഡ്സ്'. അതുപോലെ തന്നെ ഡയറി മിൽക്ക് ഷോട്സിന്റെ തലവാചകമായി വന്ന വരികളാണ് 'മോനേ മനസ്സിൽ ലഡു പൊട്ടി'. അപ്രതിക്ഷ സൗഭാഗ്യങ്ങളിൽ സന്തോഷിച്ച് കൂട്ടുകാർ ചിരിച്ചാൽ ഇപ്പോൾ നമുക്ക് തന്നെ തോന്നും മോനെ അവന്റെ മനസ്സിലും പൊട്ടി ഒരു ലഡുവെന്ന്. ക്ലോസ്ഗേറ്റിന്റെ 'നിങ്ങളുടെ പേസ്റ്റിൽ ഉപ്പുണ്ടോ? സന്തൂറിന്റെ 'ഏതു കോളേജിലാ' എന്നതും, പ്രാർത്ഥിക്കാൻ ഓരോരുത്തർക്കും ഓരോ കാരണങ്ങളുണ്ട് 'എന്ന സൈക്കിൾ ശുദ്ധ അഗർബത്തികളുടെ പരസ്യവാചകം, പൊടിപോലുമില്ല കണ്ടു പിടിക്കാനെന്ന അനിക് സ്പ്രേയുടെ പരസ്യം എന്നിവ നിത്യജീവിതത്തിലും പലപ്പോഴും നമ്മുടെ നാവിൽ കടന്നുവന്നു അയൽക്കാരന്റെ ശത്രുവും ഉടമയുടെ അഭിമാനവുമായ Neighbor's envy, owner's pride ഒനിഡയും. കണക്റ്റിംഗ് പീപ്പിൾ ആയ നോക്കിയയും ഹാർലി



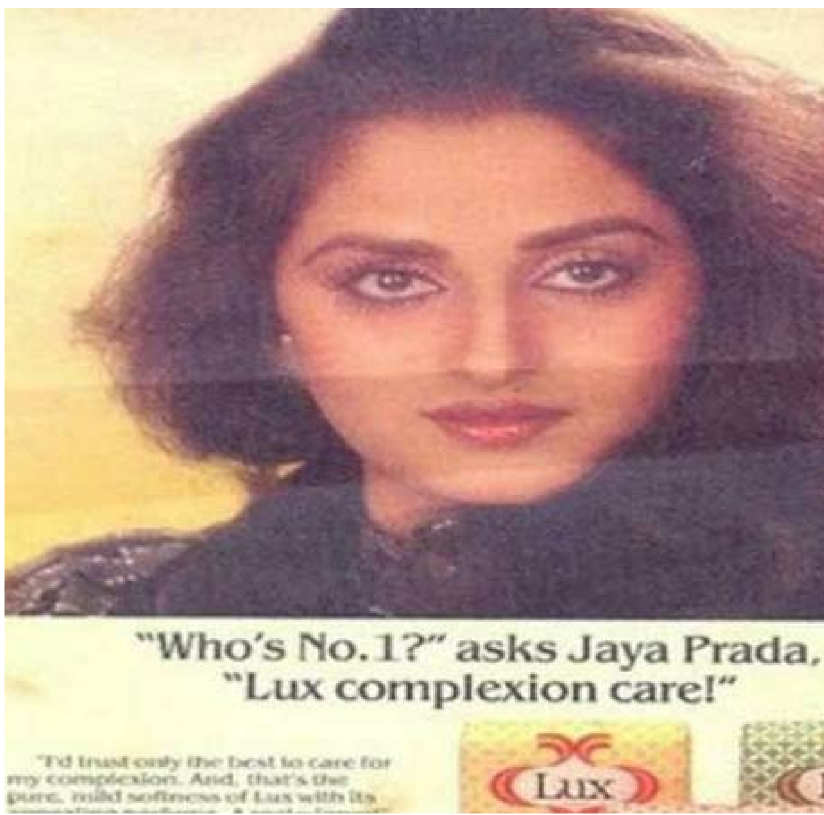












ഡേവിഡ്സണിന്റെ 'അമേരിക്കൻ ബൈ ബർത്ത് റിബൽ ബൈ ചോയിസും,' ഇന്റെൽ ഇൻസൈഡും പുതിയ ഉപഭോഗ സംസ്കാരത്തിന്റെ ഉദാഹരണമായ പരസ്യങ്ങളാണ്. 'വീട്ടിൽ സ്വർണം വെച്ചിട്ടെന്തിന് നാട്ടിൽ തേടി നടപ്പൂ'എന്ന് പാടിക്കൊണ്ട് മോഹൻലാൽ പിതാവായും മകനായും അഭിനയിച്ച മണപ്പുറം ഫിനാൻസ് എന്ന സ്ഥാപത്തിന്റെ പരസ്യം മലയാളത്തിൽ മോഹൻലാലും തമിഴിൽ വിക്രമും ഹിന്ദിയിൽ അക്ഷയ്കുമാറും അഭിനയിച്ച ഈ പരസ്യം വാണിജ്യ മേഖലയിലും തരംഗം സൃഷ്ടിച്ചു. 'അമ്മൂ, നീ എന്റെ ജീവനല്ലേ മോളേ. നീ ഇത്ര വലിയ കുട്ടിയായ വിവരം ഈ അച്ഛൻ അറിഞ്ഞില്ലാ, ഇന്ന് നീ തകർത്തത് എന്റെ ഹൃദയം മാത്രമല്ലാ മോളേ. വിശ്വാസമാണ് നെഞ്ചോട് ചേർത്ത് ഞാൻ വളർത്തിയ വിശ്വാസം. വിശ്വാസം അതല്ലേ എല്ലാം 'എന്ന ടാഗ്‌ലൈനോടെ വന്ന കല്യാൺ ജുവലറിയുടെ ഈ പരസ്യം വളരെ ശ്രദ്ധ ആകർഷിക്കുകയും ചർച്ചയ്ക്കു കാരണമാകുകയും ചെയ്തു. ശുഭ് ആരംഭ് ശ്രേണിയിൽ പെട്ട കാഡ്ബറീസ് ഡെയറി മിൽക് പരസ്യങ്ങളാണ് പിന്നീട് കാഴ്ചക്കാരുടെ ഹൃദയം കവർന്ന ശ്രദ്ധേയമായ പരസ്യം.

ഇന്ന് പരസ്യങ്ങളുടെ പ്രളയകാലമാണ്. ശരിക്കും പറഞ്ഞാൽ പരസ്യങ്ങൾ തമ്മിൽ യുദ്ധം നടക്കുന്ന കാലമാണിത്. പത്രങ്ങളിലെല്ലാം വാർത്തകളെക്കാളും കൂടുതൽ പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്നത് പരസ്യങ്ങളാണ്. ടി.വിയുടെ കാര്യമാണെങ്കിൽ പറയുകയേ വേണ്ട കാലം മാറുന്നു ചിന്താഗതിയിലും മാറ്റങ്ങൾ വന്നിരിക്കുന്നു ഇന്ന് നാം കണ്ണുതുറന്നാൽ കാണുന്നത് പരസ്യ വാചകങ്ങളും ദൃശ്യങ്ങളുമാണ്. അച്ചടി, ദൃശ്യ മാധ്യമങ്ങൾ, വഴിയോരങ്ങൾ, പൊതുസ്ഥലങ്ങൾ, എന്നിങ്ങനെ എവിടെതിരിഞ്ഞു നോക്കിയാലും പരസ്യങ്ങളാണ്. ഈ കാലഘട്ടത്തിൽ പരസ്യങ്ങൾക്ക് വളരെ പ്രാധാന്യമുണ്ട്, ഒരു ഉല്പന്നത്തിന്റെ പരസ്യം ഒന്നിൽ കൂടുതൽ തവണ മനുഷ്യമനസുകളിൽ പതിഞ്ഞുകഴിഞ്ഞാൽ അവൻ അറിയാതെതന്നെ ആ ഉല്പന്നത്തോട് അടുപ്പം തോന്നിക്കും അത് ഒരിക്കലെങ്കിലും വാങ്ങി ഉപയോഗിക്കുവാൻ അവനിൽ ആഗ്രഹവും ഉണ്ടായികഴിഞ്ഞാൽ ആ പരസ്യം വിജയം കണ്ടുകഴിഞ്ഞു. മതിലായ മതിലുകളും വഴിയായ വഴികളിലും പരസ്യമാണ് നമ്മെ സ്വാഗതം ചെയ്യുന്നത്. മനസ്സിൽ നിന്നും മായാതെ ഓർമ്മകളുടെ വേലിപ്പടർപ്പിൽ അത് വീണ്ടും തളിരിടും പുതുമകളുമായി തിരിച്ചെത്തുകയും ചെയ്യും. ●.

സോളി മാത്യു

സ്വരൂപം

ജോഷി ജോർജ്

ഇമ്മിണി ബല്യകുഞ്ഞിക്ക..!



സാഹിത്യലോകത്ത് ഒട്ടേറെസ്മാരകശിലകൾ കൊത്തി വെച്ചവനാണ് പുനത്തിൽ കുഞ്ഞബ്ദുള്ള. എന്നും വായനക്കാരെ പ്രകോപിപ്പിക്കുന്ന തരത്തിൽ, വടക്കൻ പാട്ടിന്റെ ഈണത്തിൽ പ്രിയപ്പെട്ടവർക്ക് കുഞ്ഞിക്കയായവൻ ഇക്കാലമത്രയും വായനക്കാരെ ചൊറിഞ്ഞുകൊണ്ടിരുന്നു. 16-ാം വയസ്സിലാണ് സ്മാരകശില കൊത്താൻ തുടങ്ങിയത്. ഡോക്ടർ കൂടിയായ കുഞ്ഞിക്ക മരുന്ന് എന്ന നോവലിലൂടെ സ്വന്തം തട്ടകം തിരിച്ചറിയുകയായിരുന്നു. മരുന്നിൽ തത്വചിന്തയുടെ അതിപ്രസരമില്ലാതെ പരോക്ഷമായി മരണത്തെ സംബന്ധിച്ച് ഒരു പ്രത്യേകതരം ദർശനം കാഴ്ചവയ്ക്കുന്നു.

മരണത്തെ സൗന്ദര്യതരത്തിൽ ഉദാത്തീകരിയ്ക്കാനുള്ള ശ്രമമാണ് കുഞ്ഞിക്കായുടെ ഭാവനാജീവിതത്തിൽ മരുന്നിന് പ്രാമാണ്യം നേടിക്കൊടുത്തത്. ടിയാന്റെ കഥാപാത്രങ്ങളെല്ലാം അല്ലറ ചില്ലറ കിറുക്കുകളുള്ളവരാണ്. ഒരുതരം കുസൃതിനിറഞ്ഞ കാരിക്കേച്ചറുകളാണവർ.

തുടക്കത്തിലെ വരവു കണ്ടപ്പോൾ സാക്ഷാൽ ബഷീറിനെപ്പോലും കവച്ചുവയ്ക്കുമോ എന്ന് ചുരുങ്ങിയ പക്ഷം ആരാധകരെങ്കിലും സംശയിച്ചുപോയി. എങ്കിലും കവിതയിൽ പി. കുഞ്ഞിരാമന് സമനാണ് കഥയിൽ കുഞ്ഞിക്കയെന്ന് പറയുന്ന ഏറെപ്പേരുണ്ട്. അതെന്തായാലും എല്ലുറപ്പുള്ളവനും അത്യുൽസാഹിയും സദാചാരവിരുദ്ധനുമായ, ജീവിതാസ്വാദന തൃഷ്ണ നിറഞ്ഞുനിൽക്കുന്ന വിരാടരൂപിയായ ഒരു വ്യക്തിത്വം കുഞ്ഞിക്കയുടെ അവബോധമനസ്സിൽ പതിഞ്ഞുകിടന്നിരുന്നു. ഈ സങ്കൽപ്പത്തിന്റെ സാക്ഷാൽക്കാരമായിരുന്നു സ്മാരകശിലകൾക്കുള്ളിലെ പൂക്കോയ തങ്ങൾ. ഡോ. ഗോവർദ്ധൻ ആചാരി തങ്ങളുടെ മറ്റൊരു പ്രതിരൂപമാണ്. വായനക്കാർ എല്ലാത്തരത്തിലും വെറുത്തുപോകുന്ന ആചാരി ഒരു പെൺവേട്ടക്കാരനാണ്. എങ്കിലും ഒരു സൗന്ദര്യവാദിയുടെ ചിട്ടപ്പെടുത്തിയ ആസ്വാദനശീലത്തോടുകൂടിയാണ് തന്റെ ഇരകളെ പിടികൂടുന്നത്.

വീക്കേയനെപ്പോലെ കുഞ്ഞിക്കയും ജീവിതത്തിൽ തീൻമേശക്കുള്ള പ്രാധാന്യം മനസ്സിലാക്കിയിരുന്നു.

വീക്കേയൻ ആക്ഷേപ ഹാസ്യലക്ഷ്യങ്ങൾക്കിണങ്ങുന്ന തരത്തിൽ സ്വന്തം കഥാപാത്രങ്ങളുടെ കോഴിത്തീറ്റയ്ക്ക് രാജകീയ അന്തസ്സ് നൽകുന്നു. കുഞ്ഞിക്ക തന്റെ കഥാപാത്രങ്ങളുടെ ആഹാരരീതി വർണ്ണിക്കുന്നത് അതിവിശേഷതകളോടെതന്നെയാണ്. തന്റെ പലതരം കൊതികളെ വിരുന്നൂട്ടാൻ വെമ്പലോടെ വിറളിപിടിച്ച് പരക്കം പായുകയായിരുന്നു ഇക്കാലമത്രയും.

ഹാസ്യത്തിൽ മുക്കിയെടുത്ത നിരീക്ഷണങ്ങളിലൂടെയായിരുന്നു കുഞ്ഞിക്ക വായനക്കാരുടെ ജിജ്ഞാസ നിലനിർത്തിയിരുന്നത്. ഒരു കാർട്ടൂണിസ്റ്റിന്റെ കരവിരുത് വ്യക്തമാക്കുന്ന ശാലീനതയിൽ പൊതിഞ്ഞ കട്ടപ്പാരകൊണ്ടുള്ള വാക്മയ ചിത്രങ്ങൾ. ആർഭാട രഹിതമായ ചെറിയ വാക്യങ്ങളാണ് മൂപ്പർക്ക് പ്രിയം. ഓരോ വാക്യവും ഒരു ക്രിയയുടെ പൂർത്തീകരണം കുറിക്കുന്നു. ലാളിത്യം കൈമുതൽ.

മഹാനായ തോമസ് മൗണ്ടിന്റെ ദി മാജിക് മൗണ്ടൻ എന്ന നോവൽ കുഞ്ഞിക്ക ഓർമിച്ചു കാണണം. യുദ്ധഭീഷണികളിലൂടെ തകർച്ചയിലേക്ക് കൂപ്പുകുത്തിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന യൂറോപ്യൻ സംസ്കാരത്തെ പശ്ചാത്തലമാക്കി, രോഗത്തിന്റേയും ആരോഗതിയുടേയും ദന്ദ്വങ്ങളെ വലംവച്ചുകൊണ്ട് തോമസ്മാൻ സൃഷ്ടിച്ച ആ ശുശ്രൂഷാകേന്ദ്രത്തിന്റേയും അവിടത്തെ അന്തേവാസികളുടേയും കഥ മൂപ്പരുടെ മനസ്സിൽ കലാപരമായ പൂർണ്ണതാമാതൃകയായി നിലകൊണ്ടിരിക്കണം. കന്യാവനങ്ങളും കപ്പൽയാത്രയുമൊക്കെ മലയാളസാഹിത്യത്തിൽ ഒട്ടേറെ കോളിളക്കങ്ങൾ സൃഷ്ടിച്ചിട്ടും ആധുനിക സാഹിത്യത്തിന്റെ അമരക്കാരിലൊരാളാവാൻ കുഞ്ഞിക്കയ്ക്ക് കഴിഞ്ഞു. ആ അനുഗ്രഹീത പ്രതിഭയ്ക്കുമുന്നിൽ ശിരസ്സുനമിക്കുന്നു.



മാറാനൊരു മനസ്സ് മാറ്റാനൊരുലോകം

'ലോകത്തെ മാറ്റി മറിക്കുന്നതിനെക്കുറിച്ച് എല്ലാവരും ചിന്തിക്കുന്നു എന്നാൽ സ്വയം മാറുന്നതിനെക്കുറിച്ച് ആരും ചിന്തിക്കുന്നില്ല'

– ലിയോ ടോൾസ്റ്റോയ്

ലോകത്ത് ഒരു മാറ്റമുണ്ടാക്കുവാൻ ആഗ്രഹിക്കാത്തവരായി ആരും തന്നെ കാണില്ല. ലോകത്തെ മാറ്റാനുള്ള ആഗ്രഹം ധീരവും മഹത്തരവുമായ ഒന്നാണ്. മാറ്റത്തെക്കുറിച്ച് ചിന്തിക്കുമ്പോൾ നൂറ് നൂറ് കാര്യങ്ങൾ നിങ്ങളുടെ മനസ്സിലേക്ക് ഓടിയെത്തുന്നുണ്ടാവാം.

'യഥാർത്ഥത്തിൽ മാറ്റം സാദ്ധ്യമാണോ? 'ഞാനൊരാൾ വിചാരിച്ചാൽ ലോകം മാറുമോ' എന്നാൽ ലോകത്തിൽ മാറ്റം കൊണ്ടുവരാൻ നിങ്ങൾക്കും സാധിക്കും. അതെ ഒരു വ്യക്തി മാത്രം വിചാരിച്ചാൽ ലോകം മാറും. ലോകത്തെ മാറ്റിമറിച്ച ആശയങ്ങളുടെ കാര്യമെടുക്കുക, കണ്ടു പിടിത്തങ്ങളുടെ കാര്യമെടുക്കുക. ഇവയെല്ലാം ഏതെങ്കിലുമൊക്കെ വ്യക്തികളുടെ മനസ്സുകളിൽ വിരിഞ്ഞവയാണ്. ലോകത്തെ വിറപ്പിച്ച മഹായുദ്ധങ്ങളുടെയും നടുക്കിയ കലാപങ്ങളുടെയും കാര്യമെടുക്കുക. അവയുടെയും ആരംഭം ഏതെങ്കിലും ഒരു മനുഷ്യന്റെ മനസ്സിലാണെന്ന് കാണുവാൻ സാധിക്കും. അതെ നല്ലതാണെങ്കിലും ചീത്തയാണെങ്കിലും ലോകത്ത് മാറ്റമുണ്ടായത് വ്യക്തികൾ മൂലമാണ്.

വ്യക്തി മാറിയാൽ ലോകം മാറും ഈ തത്വം ജീവിതത്തിൽ പ്രാവർത്തികമാക്കിയ ഒരുപാട് ആളുകളെ ഒന്നു കണ്ണോടിച്ചാൽ നമുക്ക് ചുറ്റും കാണുവാൻ സാധിക്കും. നമ്മുടെ രാഷ്ട്രപിതാവായ മഹാത്മാഗാന്ധിയുടെ വാക്കുകൾ ശ്രദ്ധിക്കുക. "Be the change you want to see in the world". ലോകത്ത് നമ്മൾ കാണുവാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്ന മാറ്റത്തിന്റെ ആരംഭം നമ്മിൽ നിന്ന് തന്നെയാണ്. ഗാന്ധിജി ഇത് തന്റെ ജീവിതത്തിലൂടെ പലവട്ടം തെളിയിച്ച് തന്നിട്ടുണ്ട്. സൂര്യനസ്തമിക്കാത്ത ബ്രിട്ടീഷ് സാമ്രാജ്യത്തിനെതിരെ പടപ്പുറപ്പാട് നടത്തുമ്പോൾ വ്യക്തി സത്യാഗ്രഹമായിരുന്നു അദ്ദേഹത്തിന്റെ ആയുധം. ഒരാൾ ഉപ്പ് കുറുക്കിയാലും ലോകത്ത് മാറ്റം സംഭവിക്കുമെന്ന് ദണ്ഡി കടപ്പുറത്ത് വച്ച് അദ്ദേഹം നമുക്ക് കാണിച്ച് തരികയുണ്ടായി.

പണ്ടൊരിക്കൽ സമ്പന്നമായ ഒരു രാജ്യം ഭരിച്ചിരുന്ന ഒരു രാജാവ് ഉണ്ടായിരുന്നു. ഒരു ദിവസം തന്റെ രാജ്യത്തെ ചില ദൂരസ്ഥലങ്ങളിലേക്ക് അദ്ദേഹം ഒരു സന്ദർശനം നടത്തി. തിരിച്ച് കൊട്ടാരത്തിലേക്കുള്ള മാർഗമദ്ധ്യേ തന്റെ കാലുകൾക്ക് കഠിനമായി വേദന അനുഭവപ്പെടുന്നതായി അദ്ദേഹം തിരിച്ചറിഞ്ഞു. കാരണം ആദ്യമായിട്ടായിരുന്നു അത്ര ദീർഘമായ ഒരു സന്ദർശനം രാജാവ് നടത്തുന്നത്, മാത്രമല്ല അദ്ദേഹത്തിന്റെ യാത്ര കല്ലുകൾ നിറഞ്ഞ ഒരു ദുർഘട പാതയിലൂടെ ആയിരുന്നു തിരിച്ച് കൊട്ടാരത്തിലെത്തിയ അദ്ദേഹം രാജ്യത്തെ മുഴുവൻ പാതകളിലും തുകൽ വിരിച്ച് സുഖപ്രദമാക്കുവാൻ ഉത്തരവിട്ടു. തീർച്ചയായും ഈ കൽപ്പന നടപ്പിലാക്കണമെങ്കിൽ വളരെ അധികം പണം ആവശ്യമായിരുന്നു. അപ്പോൾ അവിടുത്തെ ബുദ്ധിമാനായ ഒരു സേവകൻ ധൈര്യപൂർവ്വം രാജാവിനോട് ചോദിച്ചു. 'രാജാവേ നമ്മളെന്തിനാണ് അനാവശ്യമായി പണം ചിലവാക്കുന്നത് എന്തുകൊണ്ട് തുകൽകൊണ്ട് ഒരു ചെരുപ്പുണ്ടാക്കി ഈ പ്രശ്നം പരിഹരിച്ചുകൂടാ'. ആ നിർദ്ദേശം രാജാവിന് ഇഷ്ടമായി. അദ്ദേഹം സ്വന്തമായി ഒരു ചെരുപ്പ് നിർമ്മിക്കുവാൻ തീരുമാനമെടുത്തു. ലോകം മാറ്റി മറിക്കുവാൻ പുറപ്പെടുന്നതിന് മുമ്പ് നാം സ്വയം മാറാൻ തയ്യാറാവണം. നാം സ്വയം മാറുമ്പോൾ ലോകം തീർച്ചയായും മാറും.

മദർതെരേസ ഒരിക്കൽ പറഞ്ഞു 'എല്ലാവരും അവരവരുടെ വീട് വൃത്തിയാക്കിയിരുന്നെങ്കിൽ ലോകം മുഴുവൻ വൃത്തിയാകുമായിരുന്നു'. സ്വയം നയിക്കാൻ കഴിഞ്ഞില്ലെങ്കിൽ എങ്ങനെ മറ്റുള്ളവരെ നയിക്കുവാനാകും. ആത്മവിശ്വാസമില്ലാതെ എങ്ങനെ മറ്റുള്ളവരെ വിശ്വാസത്തിലെടുക്കുവാൻ കഴിയും. സ്വയം സ്നേഹിക്കാൻ കഴിയാതെ മറ്റൊരാളെ എങ്ങനെ സ്നേഹിക്കാൻ കഴിയും. ഒന്നോർത്തു നോക്കൂ മാറ്റേണ്ടത്



ലോകത്തെ അല്ല മറിച്ച് നമ്മൾ ഓരോരുത്തരെയുമാണ്. 'നമുക്ക് നാമേ പണിവതു നാകം നരകവുമതുപോലെ' എന്നാണ് മഹാകവി ഉള്ളൂർ പാടിയത്. അതെ നമ്മുടെ സ്വർഗ്ഗവും നരകവുമെല്ലാം സൃഷ്ടിക്കുന്നത് നാം തന്നെയാണ്.

മാറ്റം ആഗ്രഹിക്കുന്നവർ ചില കാര്യങ്ങൾ പിന്തുടരേണ്ടതുണ്ട്.

മാറാനുള്ള തീരുമാനം

സ്വയം മാറാനുള്ള തീരുമാനത്തിൽ നിന്നാണ് മാറ്റത്തിന്റെ ആരംഭം. ആ തീരുമാനത്തെ പല ഘടകങ്ങളും സ്വാധീനിച്ചിട്ടുണ്ടാവാം. ലോകത്തെ മാറ്റിമറിച്ച മഹത് വ്യക്തിത്വങ്ങളുടെ ജീവിതങ്ങൾ പരിശോധിക്കുമ്പോൾ സ്വയം മാറുവാനായി അവരെടുത്ത ഒരു തീരുമാനത്തിന്റെ സാന്നിദ്ധ്യം നമുക്ക് കാണുവാൻ സാധിക്കും.

മാറ്റത്തിന് നല്ല സമയമില്ല

സ്വയം മാറുന്നതിന് ഉചിതമായ ഒരു സമയമോ മുഹൂർത്തമോ ഇല്ല. മാറ്റം ആരംഭിക്കുന്നത് ഏത് സമയത്തുമാകാം. മാറ്റത്തിന് നല്ല സമയമെന്നോ മോശം സമയമെന്നോ ഉള്ള വ്യത്യാസമില്ല. " There is no wrong time to do the right thing" എന്ന ചൊല്ലു തന്നെ ഉണ്ടല്ലോ. പരാജയങ്ങളുടെയും ദു:ഖങ്ങളുടെയും നടുക്കടലിൽ വച്ച്പോലും നമുക്ക് മാറാനുള്ള തീരുമാനം എടുക്കുവാൻ സാധിക്കും. കലിംഗയുദ്ധത്തിൽ ആയിരക്കണക്കിനാളുകൾ പടക്കളത്തിൽ ജീവനറ്റ് വീണപ്പോഴാണ് അശോക ചക്രവർത്തി സ്വയം മാറാനുള്ള സുപ്രധാനമായ തീരുമാനം എടുത്തത്. ഇത് ചരിത്രത്തിൽ ഉള്ള അദ്ദേഹത്തിന്റെ സ്ഥാനത്തെ കൂടുതൽ മഹനീയമാക്കി മാറ്റി.

ഒരു സമയത്ത് ഒരു മാറ്റം മാത്രം

നിങ്ങൾ മാറ്റം കാംക്ഷിക്കുന്നെങ്കിൽ ഒരു സമയം ഒരു മാറ്റത്തിനായി മാത്രം തുനിഞ്ഞിറങ്ങുക. ഒന്നിലധികം കാര്യങ്ങൾക്കായി ഒരേ സമയം ഇറങ്ങി പുറപ്പെട്ടാൽ ചിലപ്പോൾ നിരാശയാകും ഫലം ജീവിതത്തിൽ ഒരു മേഖലയിൽ മാറ്റമുണ്ടാക്കിയതിന് ശേഷം മറ്റു മേഖലകളിലെ മാറ്റത്തിന് ഊന്നൽ നൽകുന്നതാകും ഉചിതം. നിങ്ങളുടെ ജീവിതവും വിദ്യാഭ്യാസവും തൊഴിലും കച്ചവടവുമൊക്കെയായി ബന്ധപ്പെട്ട അടിയന്തിര സ്വഭാവമുള്ള മേഖലയിലാവട്ടെ ആദ്യമാറ്റം കൊണ്ട് വരുന്നത് പിന്നീട് സാവധാനത്തിൽ മറ്റ് കാര്യങ്ങളിലും മാറ്റങ്ങൾ കൊണ്ടുവരുവാൻ സാധിക്കും.

മാറ്റത്തിന് സമയ പരിമിതികളില്ല

പെട്ടെന്നുള്ള മാറ്റമാണ് വ്യക്തികളും സമൂഹവുമെല്ലാം ആഗ്രഹിക്കുന്നത്. എന്നാൽ ശാശ്വതമായ മാറ്റം കാലക്രമേണ സംഭവിക്കുന്ന ഒന്നാണ്. ലഹരിക്കടിമപ്പെട്ട ഒരു വ്യക്തിക്ക് അത് ചിലപ്പോൾ എളുപ്പത്തിൽ മാറ്റാൻ കഴിഞ്ഞു എന്ന് വരികയില്ല. ചിലപ്പോൾ ചില ശ്രമങ്ങൾ പരാജയപ്പെട്ടേക്കാം. എന്നാൽ പരാജയങ്ങളുടെ മുമ്പിൽ പതറാതെ പരിശ്രമിച്ചാൽ നാം ലക്ഷ്യത്തിലേക്കടുക്കുന്നതായി കാണുവാൻ സാധിക്കും.



മാറ്റത്തിന് പറ്റിയ സാഹചര്യം സൃഷ്ടിക്കാം

ജീവിതത്തിൽ മാറ്റം ആഗ്രഹിക്കുന്ന ആളുകൾ അതിന് പറ്റിയ സാഹചര്യം കൂടി സൃഷ്ടിക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഒരു ദുശ്ശീലം ഉപേക്ഷിക്കുവാൻ തീരുമാനം എടുക്കുന്ന വ്യക്തി ആ ദുശ്ശീലത്തിന് പ്രേരിപ്പിക്കുന്ന സാഹചര്യത്തെക്കൂടി ഒഴിവാക്കേതുണ്ട്. ഒരു നല്ല മാറ്റത്തിന് വേണ്ടി ചിലപ്പോൾ ചിലതെല്ലാം വേണ്ടെന്ന് വയ്ക്കേണ്ടതായി വന്നേക്കാം. നല്ല മാറ്റങ്ങൾക്ക് നമ്മെ പ്രേരിപ്പിക്കുന്ന വ്യക്തികളെയും സ്ഥാപനങ്ങളേയും പുസ്തകങ്ങളേയുമൊക്കെ നാം നമുക്ക് ചുറ്റും കണ്ടെത്തണം. ഇവയെല്ലാം നല്ല ഒരു മാറ്റത്തിലേക്കുള്ള ഒരു യാത്രയിൽ നമ്മെ സഹായിക്കുമെന്ന കാര്യത്തിൽ സംശയം വേണ്ട.

ശുഭാപ്തി വിശ്വാസമുള്ളവരാകാം

മാറാനുള്ള തീരുമാനം എടുക്കുന്നത് മുതൽ മാറ്റം സംഭവിക്കുന്നത് വരെ പ്രതീക്ഷ കൈവിടാതിരിക്കേണ്ടത് വളരെ പ്രധാനമാണ് അല്ലാത്തപക്ഷം കാര്യങ്ങളൊന്നും വിചാരിച്ചതുപോലെ നടക്കാതെ വന്നാൽ നിങ്ങൾ നിരാശരായേക്കും. മാറ്റത്തിന് സമയമെടുക്കും അതിനാൽ ക്ഷമ വളരെ പ്രധാനമാണ്. "patience is bitter but its fruit is sweet" ക്ഷമ കയ്പ്പേറിയതാണ് എന്നാൽ അതിന്റെ ഫലം മാധുര്യമേറിയതാണ് എന്ന അരിസ്റ്റോട്ടിലിന്റെ വാക്കുകൾ നമുക്ക് ഓർക്കാം.

ഒരു വഴികാട്ടിയെ കണ്ടെത്തുക

ഒരു വഴികാട്ടിയെ, ഒരു ഉപദേശകനെ അഥവാ ഒരു മെന്ററെ കണ്ടെത്തുന്നത് മാറ്റം യാഥാർത്ഥ്യമാക്കുവാൻ നമ്മെ സഹായിക്കും. മാറ്റത്തിലേക്കുള്ള പാതയിലെ കഠിനഘട്ടങ്ങളിൽ എന്ത് ചെയ്യണമെന്നും എങ്ങനെ മുൻപോട്ട് പോകണമെന്നും അദ്ദേഹം നിങ്ങളെ ഉപദേശിക്കും. മാർഗ്ഗത്തിൽ നിന്നും വ്യതിചലിക്കാതെ മാറ്റം യാഥാർത്ഥ്യമാക്കുവാൻ ഇത് തീർച്ചയായും സഹായകരമാണ്.

മാറ്റത്തിന് അവസാനമില്ല

മാറ്റത്തിന് ഒരിക്കലും അവസാനമില്ല മാറ്റം മാത്രമാണ് സ്ഥിരമായിട്ടുള്ളത്. നാം എപ്പോഴും മാറ്റത്തിന്റെ പാതയിലായിരിക്കണം. ഓരോ ദിവസവും മാറ്റത്തിന് നാം തയ്യാറായിരിക്കണം അങ്ങനെ ആയിരക്കണക്കിനാളുകൾ സൃഷ്ടിക്കുന്ന ചെറിയ മാറ്റങ്ങളിലൂടെ ലോകത്ത് വലിയ മാറ്റങ്ങൾ സംഭവിക്കുന്നു.

'മാറ്റുവിൻ ചട്ടങ്ങളെ അല്ലെങ്കിൽ മാറ്റുമതുകളി നിങ്ങളെത്താൻ' എന്നാണ് കുമാരനാശാൻ എഴുതിയത്. മാറ്റം ലോക നിയമമാണ്. അത് വ്യക്തികളിലൂടെയും അവരുടെ തീരുമാനങ്ങളിലൂടെയുമാണ് സംഭവിക്കുന്നത്. ഒരു പാട് ആളുകൾ ഒരേ മാറ്റത്തിനായി അവരവരുടെ സംഭാവനകൾ നൽകുമ്പോൾ ലോകത്ത് വലിയ മാറ്റങ്ങൾ ദർശിക്കുവാൻ സാധിക്കും. നല്ല മാറ്റങ്ങൾക്കായുള്ള ചെറിയ പരിശ്രമങ്ങൾ നമുക്ക് ഇന്ന് തന്നെ ആരംഭിക്കാം.



അരുൺ ജോർജ്ജ് മാമ്പ്ര

അസിസ്റ്റന്റ് പ്രൊഫസർ

ഭാരത് മാതാ കോളേജ് ഓഫ് കൊമേഴ്സ് & ആർട്സ്, ആലുവ

യോഗ സാധാരണ ജീവിതത്തിൽ

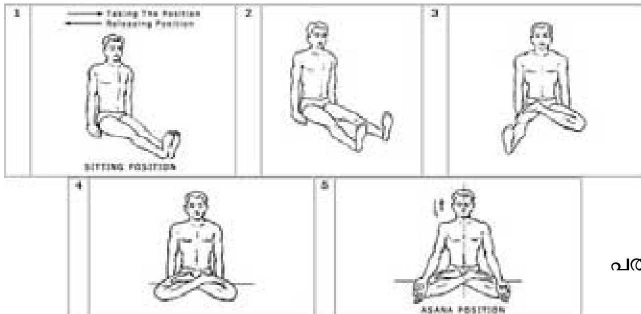
ധ്യാനാസനങ്ങൾ തുടരുന്നു

പത്മാസനം

ആത്മീയതയിലേക്ക് പോകുവാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്നവർക്ക് വളരെ ശ്രേഷ്ഠമായ ആസനമാണ് പത്മാസനം. ഇത് പരിശീലിക്കുവാൻ തുടക്കത്തിൽ കുറച്ച് ബുദ്ധിമുട്ടുകൾ ഉണ്ട്. അതുകൊണ്ട് പത്മാസനം പരിശീലിക്കുന്നതിന് മുമ്പായി കുറച്ചുനാൾ കാൽ മുട്ടുകൾക്ക് അയവു വരുത്തുന്ന സുഖാസനം, വജ്രാസനം പോലുള്ള ആസനങ്ങൾ ചെയ്യേണ്ടത് വളരെ അത്യാവശ്യമാണ്. അതായത് ധൃതിപിടിച്ച് പത്മാസനം ചെയ്യാൻ മുതിരരുതെന്ന് ഓർമ്മപ്പെടുത്തുന്നു.

പരിശീലന വിധി: കാലുകൾ നീട്ടി നിലത്ത് ഇരിക്കുക. വലതുകാൽ മുട്ടുമടക്കി കൈകളുടെ സഹായത്തോടെ കാൽപാദം ഇടതു തുടയുടെ മുകളിലായി വയ്ക്കുക. പാദം കഴിവതും അടിവയറിനോട് ചേർത്ത് മലർത്തി വയ്ക്കുക. അതിനുശേഷം ഇടതുകാൽ മടക്കി വലതു തുടയുടെ മുകളിൽ വയ്ക്കുക. നട്ടെല്ലും തലയും നേർ രേഖയിലായിരിക്കണം. കാൽ മുട്ടുകൾ കഴിവതും തറയിൽ അമർന്നിരിക്കണം. ഉപ്പൂറ്റികൾ തമ്മിൽ ചേർന്നിരിക്കുന്നതാണ് ഉത്തമം. കൈകൾ അതാതുവശങ്ങളിലെ കാൽമുട്ടിനു മുകളിൽ നിവർത്തി വയ്ക്കുക. അതിനുശേഷം കൈകളിലെ ചൂണ്ടുവിരൽ മടക്കി പെരുവിരലിനടിയിൽ മുട്ടിച്ചു വയ്ക്കുക. ഈ രീതിക്ക് ചിന്മുദ്ര എന്നു പറയും. ഇപ്പോൾ പത്മാസനം പൂർത്തിയായി. ഇതിനുശേഷം കണ്ണുകൾ അടച്ച് കൃഷ്ണമണികൾ പുരികങ്ങളുടെ മദ്ധ്യത്തിലോ അല്ലെങ്കിൽ മൂക്കിന്റെ അഗ്രത്തോ ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുക. തുടർന്ന് ധ്യാനമോ പ്രാർത്ഥനയോ ആവാം.

പ്രയോജനം: മനസ്സ് ശാന്തമാകുന്നു. കാലുകളിലേക്കുള്ള രക്തപ്രവാഹം തടയുന്നതുകൊണ്ട് അടിവയറ്റിലെ മിക്ക അവയവങ്ങൾക്കും അരക്കെട്ടിനും ധാരാളം പോഷക രക്തം ലഭിക്കുകയും അവിടം ബലിഷ്ഠങ്ങളായിത്തീരുകയും ചെയ്യുന്നു. രക്തസമ്മർദ്ദം കുറയുന്നു എന്നുള്ളതാണ് ഈ ആസനത്തിന്റെ മറ്റൊരു പ്രത്യേകത.



പത്മാസനം


അർദ്ധപത്മാസനം

അർദ്ധപത്മാസനം

പത്മാസനം പരിശീലിക്കാൻ ബുദ്ധിമുട്ടുള്ളവർക്ക് അർദ്ധപത്മാസനം സഹായകമാണ്.

പരിശീലന വിധി: കാലുകൾ നീട്ടി നിലത്ത് ഇരുന്നതിനുശേഷം വലതുകാൽ മടക്കി പാദം ഇടതു തുടയുടെ വശത്ത് ചേർത്തു വയ്ക്കുക. അതിനുശേഷം ഇടതു കാൽ മടക്കി വലതു തുടയുടെ മുകളിൽ പത്മാസനത്തിലെന്നപോലെ വയ്ക്കുക. നന്നായി നിവർന്നിരുന്നതിനു ശേഷം കൈകൾ ചിന്മുദ്രയോടെ ഇരുകാൽമുട്ടുകളിലും ചേർത്ത് വയ്ക്കുക.

പ്രയോജനം: പത്മാസനത്തിന്റെ ഗുണം കുറച്ചൊക്കെ ലഭിക്കുന്നതാണ്.


സനിൽ രവീന്ദ്രൻ

വീട്ടിൽ ഒരു ബ്യൂട്ടി പാർലർ

മുടി വളർത്തും മാജിക് മിശ്രിതം.

വളരെ ലളിതമായി വീട്ടിൽ തന്നെ തയ്യാറാക്കാം മുടിയെ വളർത്തും മാജിക് മിശ്രിതം. കറുത്തുറ്റ മുടി ഏവരുടെയും സ്വപ്നമാണ്. ഇതു സാധ്യമാകുന്ന വിധത്തിലുള്ള പരസ്യങ്ങൾ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നതിന്റ കാരണവും ഇതു തന്നെ. മുടി വളരാൻ അധികം ചിലവില്ലാത്തതും തികച്ചും പ്രകൃതിദത്തവുമായ പല വഴികളുമുണ്ട്. വളരെ ലളിതമായി വീട്ടിൽ തന്നെ തയ്യാറാക്കാം മുടിയെ വളർത്തും മാജിക് മിശ്രിതം..

തയ്യാറാക്കുന്ന വിധം

ആവണക്കണ്ണ 2 ടീസ്പൂൺ, മുട്ടയുടെ മഞ്ഞ ഒന്ന്, തേൻ 1 ടീസ്പൂൺ. മൂന്നുകൂട്ടുകളും ഒരു ബൗളിൽ എടുത്ത് നന്നായി ചേർത്ത് യോജിപ്പിക്കുക. വേണമെങ്കിൽ മിക്സിയിലോ ബ്ലെൻഡറിലോ ചേർത്ത് യോജിപ്പിക്കാം. ഈ മിശ്രിതം മുടിയുടെ വേരുമുതൽ മുടിയുടെ തുമ്പ് വരെ തേച്ചുപിടിപ്പിക്കാം. മിശ്രിതം നല്ലതുപോലെ മുടിയുടെ ഓട്ടിയിൽ പറ്റിപിടിക്കാനായി ഉണങ്ങിയ ടർക്കി ഉപയോഗിച്ച് മുടിയെ കവർ ചെയ്ത് 3 മണിക്കൂർ ഇരിക്കുക. ശേഷം വീര്യം കുറഞ്ഞ ഷാംപൂ ഉപയോഗിച്ച് ഇളം ചൂടുവെള്ളത്തിൽ മുടി കഴുകാം. ഈ മിശ്രിതം ആഴ്ചയിൽ ഒന്നോ രണ്ടോ പ്രാവശ്യം പ്രയോഗിക്കാം. അടുപ്പിച്ച് 3 മാസത്തിൽ ഈ പ്രക്രിയ തുടരുന്നത് മുടിയുടെ വളർച്ചയും ആരോഗ്യവും എളുപ്പമാക്കും. ഇനി വൈകേണ്ട തയാറാക്കിക്കൊള്ളൂ മാജിക് മിശ്രിതം.

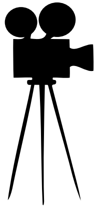
MOTION sketch®
STUDIOS

▼ Ad Film Shoot





CREW



New Commercial for SWAD FOOD PRODUCTS
Brand: SWAD ADATT MATTA RICE
Production House: Motion Sketch Studios (+91 9947500866, Thrissur)
Producer : Sujith V S
Director: Jithin Kalarickal
DOP: Rajesh Aravind
Editor: Miljo
Music: Shiyad
Live Sound: Krishnan

Art: Anoop George
Assistant Directors: Rathul, Vipin
Assistant Cameraman: Akshay Shivadas
Production Manager: Tintu
Colorist: Sreekumar (24 se7en Studios)
Camera & Light Unit: Mayoora Creations

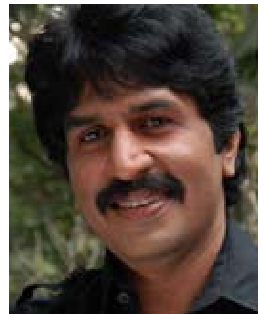
▼ Homage

തൊടുപുഴ വാസന്തി [1952-2017]



ഇടുക്കി ജില്ലയിലെ തൊടുപുഴക്കടുത്ത് മണക്കാട് എന്ന ഗ്രാമത്തിലാണ് പി വാസന്തി എന്ന തൊടുപുഴ വാസന്തിയുടെ ജനനം. 1976ൽ എന്റെ നീലാകാശം എന്ന സിനിമയിലൂടെ വെള്ളിത്തിരയിലെത്തിയ തൊടുപുഴ വാസന്തി 2016 ൽ പുറത്തിറങ്ങിയ ഇതു ഇതു താൻടാ പൊലീസ് ഉൾപ്പെടെ 450 ചിത്രങ്ങളിൽ അഭിനയിച്ചിട്ടുണ്ട്. 16 ഓളം ടെലിവിഷൻ പരമ്പരകളിലും 100 ലധികം നാടകങ്ങളിലും അഭിനയിച്ചു. നാടകാഭിനയത്തിന് സർക്കാർ പുരസ്കാരവും ഫിലിം ക്രിട്ടിക്സ് അവാർഡും ലഭിച്ചിട്ടുണ്ട്. നാടക നടൻ അച്ഛൻ രാമകൃഷ്ണൻ നായരുടെ ബാലെ ട്രൂപ്പിലൂടെയായിരുന്നു അഭിനയ ലോകത്തേക്കുള്ള ആദ്യ ചുവടുവെപ്പ്. വളരെ ചെറുപ്പത്തിലേ നാടകത്തിലും ബാലെ ട്രൂപ്പുകളിലും അഭിനയ ജീവിതം തുടങ്ങി. പീനൽകോഡ്' എന്ന നാടകത്തിൽ അഭിനയിക്കവെ അടൂർ ഭവാനിയാണ് തൊടുപുഴ വാസന്തി എന്ന പേരു വിളിച്ചത്. കെ.ജി ജോർജ്ജിന്റെ 'യവനിക'യിലെ രാജമ്മ എന്ന കഥാപാത്രം ശ്രദ്ധിക്കപ്പെട്ടതോടെ ഒട്ടേറെ വേഷങ്ങൾ വാസന്തിയെ തേടിയെത്തി. റേഡിയോ നാടക രംഗത്തും അവർ സജീവമായിരുന്നു ആലോലം, കാര്യം നിസ്സാരം, ഗോഡ് ഫാദർ, നവംബറിന്റെ നഷ്ടം തുടങ്ങിയ ചിത്രങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധേയ വേഷങ്ങൾ ചെയ്തു. 2017 നവംബർ 28 ന് 65-ാം വയസ്സിൽ അന്തരിച്ചു.

അബി [1965 – 2017]



മലയാളത്തിൽ മിമിക്രി കാസെറ്റുകൾക്കു സ്വീകാര്യത നൽകിയ അബി അൻപതിലേറെ സിനിമകളിൽ അഭിനയിച്ചിട്ടുണ്ട്. ആമിന താത്ത എന്ന കഥാപാത്രത്തിലൂടെയാണു അബി മലയാളികളുടെ മനസിൽ ചിരപ്രതിഷ്ഠ നേടിയത്. നയം വ്യക്തമാക്കുന്നു ആണ് ആദ്യസിനിമ. മഹാത്മാ ഗാന്ധി സർവകലാശാല യുവജനോത്സവത്തിൽ മിമിക്രിക്ക് രണ്ടു പ്രവശ്യം ഒന്നാം സ്ഥാനം ലഭിച്ചിരുന്നു. ഹബീബ് അഹമ്മദ് എന്നാണു യാഥാർഥ പേര്. മിമിക്രിക്കാരനായിട്ടായിരുന്നു തുടക്കം. മൃഗങ്ങളുടെയും താരങ്ങളുടെയും ശബ്ദം അനുകരിച്ചായിരുന്നു മിമിക്രി ആരംഭിച്ചത്. മുംബൈയിൽ സാനിട്ടറി ഇൻസ്പെക്ടർ കോഴ്സ് പഠിക്കുമ്പോഴും മിമിക്രിയിൽ സജീവമായിരുന്നു. അമിതാഭ് ബച്ചനടക്കമുള്ള ഹിന്ദി താരങ്ങളെയും അനുകരിച്ച് പ്രശംസ നേടിയിട്ടുണ്ട്. കലാഭവനിലും ഹരിശ്രീയിലും കൊച്ചിൻ സാഗറിലും ആർട്ടിസ്റ്റായി പ്രവർത്തിച്ചു. മഴവിൽക്കൂടാരം, സൈന്യം, കിരീടമില്ലാത്ത രാജാക്കന്മാർ, മിമിക്സ് ആക്ഷൻ 500, അനിയത്തിപ്രാവ്, സൈന്യം, രസികൻ, ഹാപ്പി വെഡ്ഡിങ് എന്നിങ്ങനെ ഒട്ടേറെ ചിത്രങ്ങളിൽ അഭിനയിച്ചു. ഭാര്യ സുനില. മക്കൾ ഷെയ്ൻ നിഗം, അഹാന, അലീന. കിസ്മത്ത് എന്ന സിനിമയിലൂടെ നായകനായി ശ്രദ്ധേയനാണ് ഷെയ്ൻ നിഗം. 2017 നവംബർ 30 ന് 52 -ാം വയസ്സിൽ അബി അന്തരിച്ചു.





Model Code: 70/2017

Want to be a Model in Advertising ?

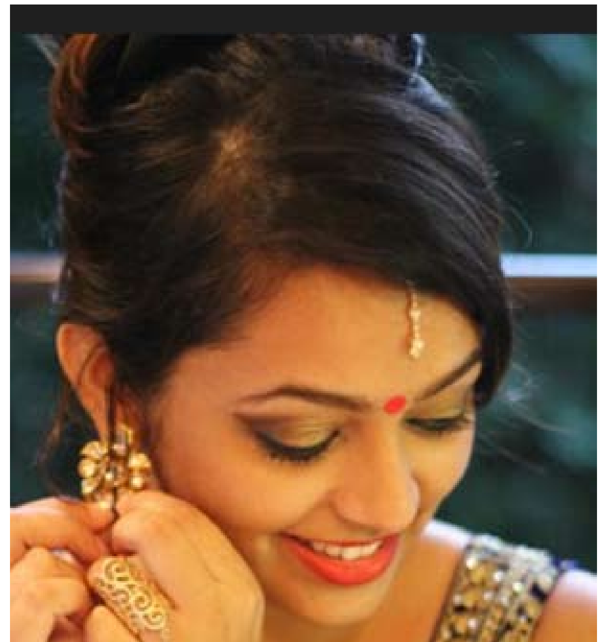
മോഡലിംഗ് രംഗത്തേക്ക് കടക്കുവാൻ താൽപര്യമുള്ളവർ ഫോട്ടോയും ബയോഡേറ്റയും അയയ്ക്കുക.

പോർട്ഫോളിയോ എടുത്തിട്ടില്ലാത്തവർക്ക് പ്രൊഫഷണൽ ഫോട്ടോഗ്രാഫേഴ്സിന്റേയും മേക്കപ് പ്രൊഫഷണൽസിന്റേയും സഹകരണത്തോടെ മിതമായ നിരക്കിൽ പോർട്ഫോളിയോ തയ്യാറാക്കി നൽകുന്നതാണ്.

effectiveadcom@gmail.com
Ph: 08593 998705

Model Code: 71/2017





tips n tricks



Adobe Photoshop-ൽ Mockup Designs
എങ്ങിനെ വളരെ എളുപ്പത്തിൽ തയാറാക്കാം
എന്ന് പരിശോധിക്കുകയാണ് ഈ അദ്ധ്യായത്തിൽ

Designer's Corner

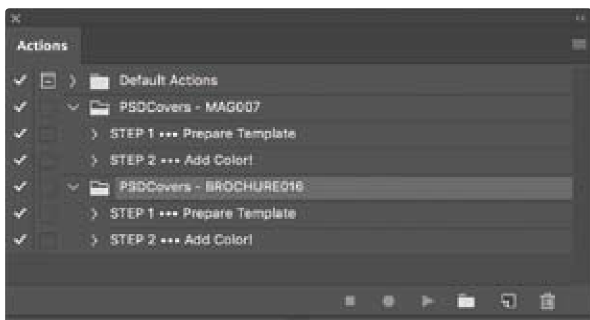
തയ്യാറാക്കിയത് TK Wilson



Adobe Photoshop-ൽ Mockup Designs ചെയ്യേണ്ടി വരുന്നത് ഇപ്പോൾ സർവസാധാരണമാണ്. Magazines, Books, Presentation Items, T-shirts, Packages അങ്ങനെ ഏതുതരം ഡിസൈനുകളായാലും അതിന്റെ പ്രസന്റേഷന് വേണ്ടിയും അതുപോലെ മറ്റ് പല ആവശ്യങ്ങൾക്ക് വേണ്ടിയും Mockup Designs ചെയ്യേണ്ടി വരുന്നുണ്ട്. എന്നാൽ ഇത് ഫോട്ടോഷോപ്പിലെ സാധാരണ രീതിയിലല്ലാതെ വളരെ എളുപ്പത്തിൽ ഏറ്റവും ചുരുങ്ങിയ സമയത്തിനുള്ളിൽ ഭംഗിയായി ചെയ്യുന്നത് എങ്ങിനെയെന്ന് പരിശോധിക്കാം. Photoshop-ൽ വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ട feature ആയ 'Actions' ആണ് ഇതിനായി ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ഇതിനുള്ള Action Files സൗജന്യമായി download ചെയ്യാവുന്ന websites ധാരാളമുണ്ട് ഇപ്പോൾ. psdcovers.com എന്ന സൈറ്റിൽനിന്നും download ചെയ്ത Actions ഉപയോഗിച്ച് തയ്യാറാക്കിയ ചില images ഇവിടെ കാണിച്ചിരിക്കുന്നു.

ആദ്യമായി ആവശ്യമുള്ള ഡിസൈനുകൾ തയ്യാറാക്കുക. തുടർന്ന് അതിന് വേണ്ട Action Files download ചെയ്യുക. ഈ Action File double click ചെയ്താൽ അത് ഫോട്ടോഷോപ്പിൽ install ആവുന്നതാണ്. തുടർന്ന് Window>Actions എടുക്കുക. ഇപ്പോൾ install ആയിട്ടുള്ള Actions ഈ പാനലിൽ കാണാവുന്നതാണ്. ഒരു folder-ൽ ആയിരിക്കും ഇത് കാണപ്പെടുക. ഇതിനെ unfold ചെയ്താൽ 2 actions ഉണ്ടായിരിക്കും. Step 1. Prepare Template. Step 2. Add Colour! (Pic 1). ഇതിൽ ആദ്യം Step 1 select ചെയ്തതിന് ശേഷം പാനലിന്റെ താഴെ right arrow-യിൽ ക്ലിക് ചെയ്യുക. ഏതാനും നിമിഷങ്ങൾക്കുള്ളിൽത്തന്നെ ഒരു template file ഫോട്ടോഷോപ്പിൽ ക്രിയേറ്റ് ചെയ്യുന്നതായിരിക്കും. ഇതിൽ പറയുന്നതുപോലെ മുൻപ് തയാറാക്കിയിട്ടുള്ള design paste ചെയ്യുക. അതിനുശേഷം Step 2 select ചെയ്ത് താഴെ right arrow-യിൽ ക്ലിക് ചെയ്യുക. വളരെ ചുരുങ്ങിയ സമയത്തിനുള്ളിൽത്തന്നെ നമ്മൾ തയാറാക്കിയ ഡിസൈനിന്റെ 3D mockup പുതിയ ഒരു ഫയൽ ആയി ക്രിയേറ്റ് ചെയ്യുന്നതാണ്. ഇത് ലെയറുകളുള്ള ഒരു psd ഫയൽ ആയിരിക്കും. നമുക്ക് ആവശ്യമുള്ള മാറ്റങ്ങൾ ഇതിൽ വരുത്താവുന്നതുമാണ്.

Picture 1



InDesign, Illustrator, Photoshop എന്നിവയുടെ മലയാളത്തിലുള്ള video tutorials കാണുന്നതിനായി താഴെ കാണുന്ന YouTube Channel, Facebook Page എന്നിവ സന്ദർശിക്കുക, subscribe ചെയ്യുക, അഭിപ്രായങ്ങൾ രേഖപ്പെടുത്തുക, share ചെയ്യുക.

tkwill2son@gmail.com www.youtube.com/c/WilsonKunjan
www.facebook.com/youwillearngraphicdesigning









Can't Congress see?

the other truth

So Mie is a copywriter currently working at an advertising agency in UAE. His career spans over 27 years with stints at industry leading creative houses in Keralam and numerous campaigns. He also used to engage students in advertising at the School of Communications, Mahatma Gandhi University.



So Mie

Do you still think the KPCC list is incomplete? Are you, by any chance, one of those who couldn't make it to the list or got nudged out of it?

Have no hard feelings. Looks like even the AICC is incomplete and has knocked an important member off. Wonder who?

Well, it's not *who* but, in this case, *what* that I want to make a fuss about.

By AICC, I don't refer to the people who make it. Instead, I'd like to point to the signboard that gives it a visual identity.

Take a look at the screengrab below. Oh, you have seen it a hundred times? And you don't see anything off-key? Take another look. Take a harder look. Still nothing odd? Okay, now please read it. Every word, top to bottom.

There…! Some of you've got it.

For others, let me just spell out one of the key words in there. C O M M I T T E. Wait a second; is that a word? Well, yes, but a handicapped one. Its tail end is cut off. People around the world have taken the liberty to tweak the English language to suit their style. But nobody has yet settled for an amputated Committee. I don't think even the most liberal American would dare leave out the last E from this word of triple doubles.

I wouldn't be surprised if it were on the BJP's signboard. They have a tendency to redefine and restructure stuff around with exclusionary intent. They might even find a fig leaf from the ancient cultural tree to cover up the blooper.

But for Congress, it surely is bad optics. It's in sharp contrast to the image of the party of the educated, the introspective and the inclusive. How come they excluded the inevitable E? I presume it must've been an unintended omission by the designer. But how come the Congress elite haven't noticed it yet? I guess Rahul has been busy sprucing up his first presidential address or spinning his fun tweets. But what happened to Shashi Tharoor? How could he - a seasoned, impeccable writer in English - have missed such a verbal malfunction?

I happened to see the said AICC signboard on TV a year ago. I thought somebody would find the mistake and fix it. Nobody did till last week. When I mentioned it to a Congress supporter, he thought there were more important things to fix. Is that what everybody in the party thinks? That a simple spelling error is not at all a blot on the party's big picture? That nobody is going to notice such little slipups in an ocean of banners, placards and flex boards?

Well, I beg to differ. For me, such bloomers send out a message of ignorance, illiteracy or stark negligence. And there are passersby who would do a double take and raise eyebrows at such hiccups.

I wish the AICC would hold an emergency session and order the immediate reinstatement of the letter E.

P.S. This is a copywriter's – and by extension a proofreader's - markup to Congress and no other party is encouraged to come out with the usual bluster making a bizarre celebration of it. Please let the E in and forget the issue. ●



Printed, Published and Owned by Mathew K., Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001 Kerala. and Printed at Southern Printing House, Sastri Road Extn., Mugal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam - 686 002, Kerala.

വിളയട്ടെ ജൈവവിപ്ലവം

കേരളത്തിലെ കൃഷിയിടങ്ങളിൽ
ജൈവവിപ്ലവത്തിന്റെ മാറ്റൊലി മുഴക്കികൊണ്ട് ദേശാഭിമാനിയും മലബാർ ഗോൾഡും
ചേർന്നവതരിപ്പിക്കുന്ന 'കേരളം വിളയട്ടെ - സീസൺ 2' ആരംഭിക്കുകയായി.
നമുക്കൊരുമിക്കാം, വിഷമയമായ പച്ചക്കറികൾക്കെതിരേയുള്ള
ജനകീയ മുന്നേറ്റത്തിൽ.

